جمهورية مصر العربية
وزارة الأوقاف
المجلس الأعلى للشئون الإسلامية

دراسات إسلامية
سلسلة تصدر
فى منتصف كل شهر عربى

الإعلام والدعوة الإسلامية

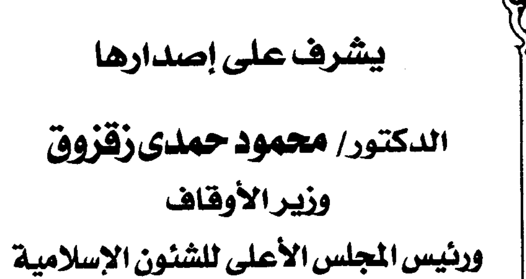
وتداعيات أحداث ١١ سبتمبر

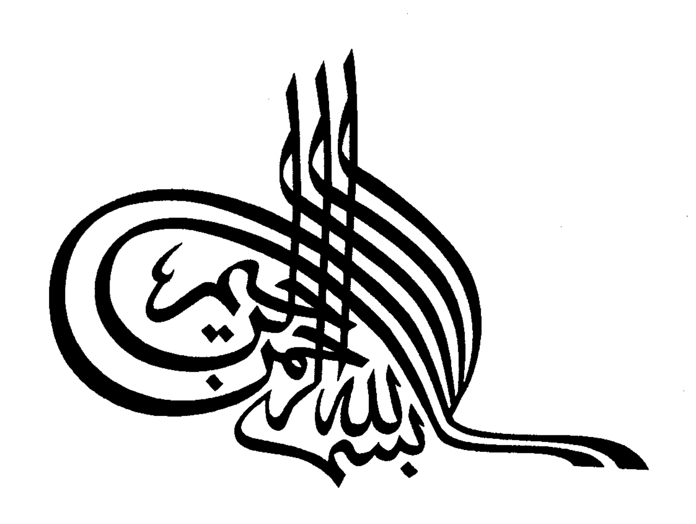
أ. السيد عبد الرءوف

العدد [٨٤]

القاهرة

جمادى الآخرة ١٤٢٣هـ - أغسطس / سبتمبر ٢٠٠٢م





بسم الله الرحمن الرحيم

تقديـــــم

أ . د . محمود حمدى زقزوق

وزير الأوقاف

الدعوة الإسلامية بلاغ للناس برسالة إلهية جاءت على يد خاتم الأنبياء محمد ﷺ ومن بعده حمل الدعوة إليها على مدى أربعة عشر قرناً من الزمان علماءَ الأمة الذين تفقهوا فى الدين امتثالاً للتوجيه الإلهى : ﴿ **فلولا نفر من كل فرقة منهم طائفة ليتفقهوا فى الدين ولينذروا قومهم إذا رجعوا إليهم** ﴾ (١) .

وقد بين لنا القرآن الكريم منهج الدعوة إلى دين الله فى قوله تعالى : ﴿ **ادع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجادلهم بالتى هى أحسن** ﴾ (٢) .

---

(١) التوبة : ١٢٢ .

(٢) النحل : ١٢٥ .

ومن الواضح أنه ليس كل إنسان لديه القدرة على حمل لواء الدعوة الإسلامية وإبلاغها للناس . فالتفقه فى الدين بكل ما يعنيه هذا التعبير القرآنى من معنى ، واتباع المنهج القرآنى المشار إليه ، وتجسيد الداعية لتعاليم الإسلام وأخلاقه فى أقواله وأفعاله وسائر سلوكه ، كل هذه مقومات أساسية للتصدى لمهمة الدعوة الإسلامية . ويضاف إلى ذلك أمر هام وهو الاسترشاد بالطريقة المثلى التى كان يتبعها صاحب الدعوة محمد ﷺ ، والتى تشتمل على التبشير لا التنفير ، والتيسير لا التعسير ، والترغيب قبل الترهيب ، والبشاشة لا العبوس ، وغرس الأمل فى النفوس بدلاً من اليأس والقنوط .

ولا شك فى أن ذلك كله يتطلب العديد من الوسائل المساعدة حتى ينجح الداعية فى دعوته ويؤدى مهمته على خير وجه ، وبخاصة فى عصرنا الحاضر ، عصر ثورة المعلومات والاتصالات والثورة العلمية والتكنولوجية . ومن هنا كانت الحاجة ماسة لتزوّد الدعاة وتمكنهم من شتى الوسائل المساعدة فى مخاطبة الناس والتأثير فيهم على نحو إيجابى يدفعهم إلى المزيد من العمل والإنتاج من أجل خير كل الناس . وليس هناك من شك فى أن الإعلام فى عصرنا الحاضر قد أصبح له دور بالغ الأهمية والتأثير فى حياة الأفراد والجماعات . وقد تطور الإعلام اليوم تطوراً غير مسبوق . فهناك الإعلام المسموع والمقروء والمرئى ، وهناك الإعلام عن طريق الإنترنت الذى أصبح فى فترة زمنية قصيرة منتشراً فى كل مكان فى

العالم على نطاق واسع . ويشترك الإعلام مع الدعوة الإسلامية في أن كلاً منهما يريد إيصال رسالة معينة إلى الجماهير مع اختلاف في المضمون بطبيعة الحال .

ونظراً لأن التحديات أمام الدعوة الإسلامية اليوم قد اختلفت عن ذى قبل ، والظروف التى يعيشها عالمنا المعاصر قد تغيرت بشكل مستمر ، والتشويه المتعمد للإسلام والمسلمين في وسائل الإعلام الدولية قد وصل إلى حد خطير لا يجوز السكوت عليه فقد أصبح التعاون بين الدعوة والإعلام مسألة ضرورية . ومن هنا يجرى الحديث اليوم عن الإعلام الإسلامى الذى يمكن القول بأنه يعنى توظيفاً للإعلام بكل إمكاناته فى المساعدة على نشر الدعوة الإسلامية ، والتعريف بالإسلام فى الداخل والخارج ، وذلك باستخدام أحدث ما وصل إليه الإعلام من وسائل التأثير والإقناع .

وقضية التعاون بين الدعوة والإعلام من القضايا التي شغلت الأخ الكريم الأستاذ / السيد عبد الرؤوف ، الذى قضى أربعين عاماً فى حقل الإعلام تولى خلالها العديد من المواقع الإعلامية كان آخرها توليه رئاسة تحرير جريدة عقيدتى مدة عشر سنوات تقريباً .

ومن الطبيعى أنه قد استخدم كل خبراته الإعلامية فى إنجاح هذه الجريدة الإسلامية حتى ترسخت أقدامها وأصبحت لها جذور ثابتة فى الأرض وفروع ممتدة فى سماء الدعوة الإسلامية . ولعل تجربة " عقيدتى " قد رسخت لدى الأستاذ السيد عبد الرؤوف ضرورة تأكيد

الصلة بين الدعوة والإعلام . وقد تجلى هذا الاهتمام فى العديد من البحوث والمقالات وأوراق العمل التى شارك بها فى العديد من المؤتمرات والندوات التى اهتمت بهذه القضية ، وبالإضافة إلى ذلك فإن رئاسة الأستاذ السيد عبد الرؤوف للجنة الإعلام الدينى فى المجلس الأعلى للشئون الإسلامية قد جعلته يشعر بمسئولية مضاعفة فى هذا الصدد .

وفى الصفحات التالية يعرض علينا تصوراته حول " الإعلام والدعوة الإسلامية وتداعيات أحداث الحادى عشر من سبتمبر " من العام الماضى . وقد أضاف إلى الكتاب العديد من الملاحق التى تشتمل على حصيلة ونتائج بعض المؤتمرات التى اهتمت بهذا الموضوع بالإضافة إلى مشروع تنظيم جهاز الإعلام الإسلامى للأخ الأستاذ الدكتور / عبد القادر حاتم وغير ذلك من ملاحق هامة .

ويسعد المجلس الأعلى للشئون الإسلامية أن ينشر هذا الكتاب فى سلسلة دراسات إسلامية فى حلقتين يطالع القارئ الكريم فى هذا الجزء الحلقة الأولى تتلوها الحلقة الثانية فى كتاب آخر . ونسأل الله للمؤلف المزيد من التوفيق والسداد وأن ينفع به وبما يقدمه من عطاء متواصل بإذن الله لما فيه خير الدعوة الإسلامية وتقدمها وازدهارها .

والله ولى التوفيق ...،،

جمادى الآخرة ١٤٢٣هـ

أغسطس ٢٠٠٢م　　　　　**أ . د . محمود حمدى زقزوق**

بسم الله الرحمن الرحيم

مقدمـــــة

منذ زمن بعيد ونحن نناقش قضايا الإعلام والدعوة الإسـلامية . وكنا دائماً نطالب بتطوير الإعلام حتى يساير العصر ويأخذ بـأحدث منجزات العلم والتكنولوجيا . وكنا ندعو إلى تقوية ودعم الإعلام فـى البلاد الإسلامية وعلاج مشكلاته حتى يتحقق له الاستقلال والتخلـص من التبعية للإعلام الغربى الذى تسيطر على جانب منه الصهيونيـة وعلى جانب آخر المصالح الاستعمارية التقليدية ، وعلى جانب ثـالث التيارات العلمانية المخاصمة للدين ، وحتى يتمكن هذا الإعـلام مـن تحصين المجتمعات الإسلامية فى مواجهة التيارات الوافدة ، وحتـى يقدم هذا الإعلام صورة صحيحة للإسلام والمسلمين فـى مواجهـة محاولات تشويه هذه الصورة .

وكنا أيضاً نطالب بتطوير مناهج وأساليب الدعـوة الإسـلامية وإعداد وتأهيل الدعاة ورعايتهم حتى يعيشـوا عصرهـم ويـأخذوا بعلومه وتقنياته ، ويلموا بقضاياه ومنجزاته فى كافة الميادين ، ومن ثـم يتمكنوا من الإسهام فى نهضة الأمة الإسلامية وفى تقديـم الإسـلام لغير المسلمين بأفضل الأشكال والأساليب تطبيقاً لقوله سبحانه وتعالى مخاطباً رسوله الكريم : **﴿ ادع إلى سبيل ربك بالحكمـة والموعظـة**

الحسنة وجادلهم بالتى هى أحسن إن ربك هو أعلم بمن ضل عن سبيله وهو أعلم بالمهتدين ﴾ (1) .

وبالقول المأثور : " **خاطبوا الناس على قدر عقولهم** " .

ولأن الإعلام والدعوة عملان مستمران من ناحية ومتلازمان ومتكاملان – من المنظور الإسلامى – من ناحية أخرى فقد كان لابد من الاستمرار فى المناقشة وطرح الرؤى والأفكار ، والعمل الفعلى لنقل هذه الرؤى والأفكار من حيز التفكير إلى حيز التدبير ثم إلى حيز التنفيذ الفعلى .

وجاءت أحداث الحادى عشر من سبتمبر ٢٠٠١م لتحدث ما يشبه الزلزال الذى هز الثوابت وكشف المستور وأثار فتناً كانت كامنة . وأضحى الإعلام والدعوة الإسلامية بحاجة إلى حركة سريعة لأداء الأدوار والوظائف المنوطة بهما ، ولمواجهة موجة الكراهية والعداء ضد الإسلام والعنف ضد المسلمين ، بسبب الربط بين الإسلام والإرهاب وتصوير الحرب والعدوان على بعض البلاد الإسلامية على أنها حرب ضد الإرهاب .

ولما كنت قد شاركت فى مناسبات عديدة فى مناقشة قضايا الإعلام والدعوة الإسلامية قبل أحداث الحادى عشر من سبتمبر وبعدها ، وقدمت عدة أبحاث ومقالات وأوراق عمل . فقد رأيت من

---

(١) النحل : ١٢٥ .

الواجب جمعها وتنسيقها وإعادة النظر فيها وإعادة صياغة بعضها وتزويدها بالملاحق اللازمة بحيث تكون فى مجموعها مرجعاً لمن شاء من الإعلاميين والدعاة والقراء .

أسأل الله تعالى أن أكون قد وفقت فيما قصدت وأن يجعل هذا العمل خالصاً لوجهه الكريم ، إنه نعم المولى ونعم النصير .

السيد عبد الرءوف

الإعلام الإسلامى
وتحديات القرن الحادى والعشرين

فتحت أحداث الحادى عشر من سبتمبر عام ٢٠٠١م وتداعياتها التى مازالت مستمرة حتى الآن ملف الإعلام الإسلامى ودوره فى خدمة قضايا الأمة الإسلامية . فإلى جانب التحديات القديمة والتقليدية التى كان هذا الإعلام يواجهها طرحت هذه الأحداث تحدياً جديداً هو الدفاع عن الإسلام ذاته فى مواجهة حملة الكراهية التى استعرت فى الغرب ضد الإسلام وكل ما هو إسلامى ليس لأسباب دينية بحتة وإنما لأسباب وأهداف سياسية وعسكرية واقتصادية مشبوهة فى مقدمتها السيطرة على مقدرات وثروات العالم وخاصة مقدرات وثروات الأمة الإسلامية التى تشكل نحو ربع العالم من حيث المساحة وعدد السكان والثروات الطبيعية ، وتمثل ما هو أكثر من ذلك بحكم إمكاناتها الروحية الكامنة والمستمدة من الدين الإسلامى الحنيف الذى يدعو للعلم والعمل ويرفض الظلم واستغلال الإنسان للإنسان كما يرفض الإرهاب على عكس ما يروج أعداؤه .

وتنطلق أهمية الحديث فى هذه القضية من أن الإعلام بأشكاله وأساليبه ووسائله وصوره المختلفة يلعب دورا حيويا فى بناء المجتمعات ورقى الشعوب ونهضة الأمم .

وتحتاج المجتمعات إلى العمل الإعلامى فى زمن السلم وزمن الحرب على حد سواء . وقد ازداد دور الإعلام وتنامى نموا مطردا مع تطور المجتمعات البشرية ونموها وازدياد حاجتها للمعرفة على مختلف مستوياتها وبكافة أشكالها .

وقد شهد ربع القرن الأخير تطوراً مذهلاً فى مجالات وفنون ووسائل الإعلام فاق ما تحقق منذ اكتشفت الحفريات القديمة التى دلت على رغبة الإنسان فى المعرفة وفى الإعلام والتواصل من خلال اللغة بكل مستوياتها ، وذلك بفضل التقدم الهائل فى العلوم الطبيعية مثل الفيزياء والكيمياء والرياضة التى أفرزت إنجازات غير مسبوقة فى مجالات الاتصال وعلومه وفنونه ، وكذلك التقدم فى العلوم الإنسانية مثل علم النفس والاجتماع والتربية . وبفضل هذا التقدم صار العالم أشبه بقرية إلكترونية صغيرة يستطيع الإنسان بلمسة زر وبالتحكم عن بُعد أن يعرف ما يجرى فيها من أقصى شرقها إلى أقصى غربها ومن أبعد نقطة فى شمالها إلى أدنى بقعة فى جنوبها ويتابع الأحداث وقت وقوعها . وصرنا نتحدث لا عن المعلومات ولكن عن المعلوماتية وعن الانفجار المعرفى وعن شبكة الإنترنت التى بدت فى البداية لغزاً محيراً وعالماً مجهولاً لكنها من خلال ملايين أجهزة الهاتف والحاسب الآلى المبثوثة فى كل مكان من العالم صارت متاحة لا فى مراكز صنع القرار ولا فى المؤسسات والمراكز العلمية والتعليمية والبحثية أو المؤسسات الاقتصادية

والإنتاجية الكبرى فحسب بل صارت متاحة للباحثين والدارسين والأفراد العاديين مقابل اشتراكات رمزية وبلا مقابل فى كثير من الأحيان .

ويتبادل الإعلام والمجتمع التأثير والتأثر سلباً وإيجاباً .. فلا يمكن تخيل إعلام متقدم يستخدم أحدث أساليب التكنولوجيا ومنجزات العلوم الحديثة ويمارس حرية تداول المعلومات وحقوق النقد وحرية التفكير والتعبير فى مجتمع متخلف اقتصادياً وسياسياً واجتماعياً . ولا يمكن للإعلام بالتالى أن يقوم بدوره فى تشكيل وتغيير اتجاهات الرأى العام ما لم تتوافر له الإمكانات الأدبية والمادية والعلمية والبيئة السياسية والاجتماعية التى تمكنه من أداء وظائفه على نحو صحيح . وكذلك لا يمكن أن يحقق المجتمع تطوره المنشود ويصل إلى أهدافه بغير إعلام رشيد يستشرف واقعه ويحمل تطلعاته إلى مستقبل أفضل ويعبر عنها أفضل تعبير ومن ثم يعزز إرادة التغيير ويؤصلها ويدفعها إلى الأمام .

وقد كان التطور فى الإعلام مواكباً للتطورات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والعلمية والثقافية . ومن ثم ففى خط مواز للحديث عن العولمة فى السياسة والاقتصاد ظهرت نظرية النظام الإعلامى العالمى الجديد .

والإعلام الإسلامى وإن كان يشترك مع الإعلام العالمى فى الظروف والوظائف إلا أن له خصوصيته التى تميزه . وعندما

نتحدث عن الإعلام الإسلامى فلسنا بصدد مناقشات غير مجدية لإثبات إن كان هناك إعلام إسلامى أم لا ؟! أو تحديد ما هو المقصود بالإعلام الإسلامى وهل هو كل ما يصدر ويُنشر ويُذاع فى البلاد الإسلامية أو هو الإعلام الدينى ؟

ونقول إن الإعلام فى البلاد الإسلامية سواء أكان مقروءاً أم مسموعاً أم مرئياً ، وسواء أكان عاماً أم متخصصاً ، وسواء أكان مملوكاً للدولة أم للأفراد والهيئات أم كانت ملكيته مختلطة له ذات الخصوصية – مع فروق غير ذات تأثير كبير – ويواجه المشكلات نفسها والتحديات ذاتها .

أهداف الإعلام الإسلامى

إذا كانت للإعلام أهدافه العامة ووظائفه التى يؤديها فإن الإعلام الإسلامى له أهداف خاصة تضاف إلى الأهداف والوظائف المشتركة وهى :

أولاً : تحقيق الشريعة الإسلامية التى ينبغى أن تصبغ المجتمع الإسلامى فى علاقاته الداخلية والخارجية .

ثانياً : مواكبة الدعوة الإسلامية والمشاركة فى توصيل رسالتها .

ثالثاً : مواجهة المفاسد التى يمكن أن يصاب بها الإعلام ، والأخرى التى ترد من الإعلام الوافد والذى لا يتمشى مع المبادئ والقيم والتقاليد الإسلامية [1] .

وتأتى أهمية معرفة هذه الأهداف والتمسك بها من الحقائق التى يجب أن تكون حاضرة فى وعى القائمين على العمل الإعلامى فى الدول الإسلامية وهى [2] :

* إن مبادئ الإعلام السليم التى نحن فى أشد الحاجة إليها الآن فى مجالات الدعوة المختلفة تتضح لنا فى أجلى صورة وأوضح بيان فى القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة وهى تمثل توجيهاً إلهياً وسنة تتصف بكل الكمال .

* إننا نواجه فى هذا العصر بتيارات فكرية معادية لمبادئ الإسلام وللأديان بصفة عامة . وهى تسعى لغزو عقول الشباب فى كل أنحاء العالم ، ومقاومة مثل هذه التيارات ينبغى أن تتم فى إطار الأساليب والوسائل التى اتبعها رسول الله ﷺ بتوجيه من ربه وحققت كل هذا النجاح والانتشار للدين القيِّم .

---

(١) نحو إعلام إسلامى . إعلامنا إلى أين ؟ المستشار الدكتور على جريشة مكتبة وهبة ــ القاهرة ــ ١٩٨٩م .

(٢) الإعلام فى القرآن الكريم . الدكتور محمد عبد القادر حاتم . القاهرة .

* إن غياب الإعلام السليم أتاح الفرصة للدعايات المغرضة التى تسعى لاحتكار الدعوة لنفسها والتأثير بها على الجماهير وخاصة الشباب سواء لدفعهم نحو التطرف أو التقوقع أو الانحراف مما يمثل دعوة إلى الهدم أو الجمود فى عالم يبنى ويتقدم بإيقاع سريع مما يؤخر الأمة الإسلامية عن ملاحقة التقدم الحضارى الذى نجحت فى تحقيقه أول عهدها بالإسلام .

* إن ثورة الاتصال العالمية وما حققته من تقدم هائل تتيح لوسائل الإعلام السليمة وأساليب الاتصال التى اتبعت فى نشر الإسلام أن يحقق أفضل النتائج .

وبالنظر إلى واقع الإعلام الإسلامى نجد أنه يسعى لتحقيق هذه الأهداف ، لكنه لا يحققها فى الواقع العملى إلا بنسبة ضئيلة جداً وأن إمكاناته وظروفه الحالية تعوقه عن أن يحقق هذه الأهداف كما هو مفترض وأنه بالتالى مطلوب معالجة الكثير من العلل والأخطاء التى يعانى منها الإعلام الإسلامى حتى يمكن أن ينهض بمهمته على النحو المأمول .

ويمكن أن نعتبر المشكلات التى يعانى منها الإعلام الإسلامى على المستوى الداخلى أو على المستوى الخارجى تحديات يجب أن نواجهها بصراحة وموضوعية .

* من هذه المشكلات المواءمة بين الأصالة والمعاصرة ، بين المحافظة على الشخصية الأصيلة للمجتمع الإسلامى وقيمها وأعرافها

وعاداتها وتقاليدها وبين المستجدات العالمية الوافدة ، وبكلمات أخرى حل الصراع بين قوى التجديد والقوى المحافظة .

* ومن هذه المشكلات مساحة الحرية المتاحة : حرية الحصول على المعلومات وحرية تداول المعلومات وحرية نقل المعلومات .. حق وسائل الإعلام فى التعبير .. وحق المواطن فى المعرفة .. والتوازن بين هذه الحقوق والحريات وبين متطلبات الأمن القومى أو متطلبات استقرار النظم السياسية . والمعروف أن هذه الحقوق والحريات تتناسب تناسباً طردياً مع مقدار ما يتمتع به المجتمع من حريات سياسية عامة ، فإن أجهزة الإعلام فى مقدمة من يتأثر سلباً أو إيجاباً بما هو متاح من مساحة للحرية .

* ومن هذه المشكلات مشكلة ملكية وسائل الإعلام وهل هى مملوكة للدولة مباشرة أو فى شكل غير مباشر ، أم هى مملوكة لأحزاب سياسية أو لشركات أو هيئات أو أفراد ؟ ولا يخفى تأثير عامل الملكية على وضع السياسات ورسم التوجهات الخاصة للجهاز الإعلامى سواء أكان صحيفة أم مجلة أم خدمة إذاعية أم تليفزيونية . وقد كانت هذه المشكلة ظاهرة فى المجتمعات الغربية وغير محسوسة نسبياً فى المجتمعات الإسلامية حتى تعددت وسائل الإعلام المملوكة ملكية خاصة أو مشتركة وأصبح الجمهور قادراً على المقارنة واكتشاف الفروق بين ما يقدم فى كل من هذه الوسائل .

* ومن هذه المشكلات ضعف البنية الاقتصادية والإدارية والفنية والبشرية فى كثير من وسائل الإعلام فى البلاد الإسلامية ، وعدم مسايرتها للتقدم العلمي والتكنولوجي العالمي . ورغم أن بعض المؤسسات الصحفية الكبرى صارت تطبع صحفها فى عدة مراكز على مستويات وطنية وعالمية مستخدمة فى ذلك الأقمار الصناعية والميكروويف ، وأن قنوات فضائية متعددة أصبحت تبث إرسالها من الدول الإسلامية وللدول الإسلامية وغيرها ، فإن مجمل الصورة يحتاج إلى الكثير من رأس المال والكثير من التطوير .

* ومن هذه المشكلات أن القوى البشرية العاملة فى أجهزة الإعلام بحاجة إلى كثير من الجهد والإعداد والتوجيه .. فمناهج التعليم والإعداد للإعلاميين فى معظم البلاد الإسلامية تخلو تقريباً من أى مضمون دينى دعوى ، وتركز على علوم الاتصال وفنون العمل الإعلامى المتخصصة . وكثير من وسائل الإعلام لا تشترط للعمل فيها دراسة متخصصة فى الإعلام . والقائمون على الدعوة لا يدرسون بأى قدر مناسب علوم وفنون الاتصال . ومن هنا فإن ثمة فجوة لابد من العمل على سدها .

* ومن هذه المشكلات أن المجتمعات الإسلامية تواجه غزواً فكرياً تغريبياً .. وقد كان هذا الغزو محل خلاف وهل هو حقيقة أم وَهْم ؟ ولكن الحقيقة أن كثيراً من الأفكار والفلسفات والشعارات التى تطلقها التيارات العلمانية الموجودة فى العديد من البلاد الإسلامية والتى

ترفع شعارات الحداثة والتنوير إنما هى فى حقيقة الأمـــر إفـــرازات غربية وردت إلى البلاد الإسلامية مــن خـــلال البـــاحثين والكتـــب والبعثات، ومن خلال المبعوثين المسلمين الذين درسوا فـــى الغـــرب وتأثروا بمناهجه وثقافاته . وبعض هذه الأفكار والفلسفات والشعارات يمكن تطويعها واستثمارها لخدمة نهضة الأمة الإســـلامية وبعضـــها يتعين رفضه لمنافاته المبادئ الإسلامية .

* ومن هذه المشكلات الحملة الضارية ضـــد الإســـلام والمســـلمين ومحاولة ربط الإسلام بالإرهاب والتخلف . وليس خافياً مـــا يحـــاول الكثيرون فى الغرب على المستويات السياسية والثقافية والإعلاميـــة غرسه فى أذهان ووجدانات الجماهير الغربية من أن الإســـلام هـــو الخطر القادم والعدو البديل بعد انهيار الشيوعية ــ العدو الأحمـــر ــ وهذا يمثل تحدياً للإعلام الإسلامى الذى يتعين عليه العمل على تغيير هذه الأفكار وتصحيح هذه الصورة . وقد زاد هـــذا التحـــدى شـــدة وضراوة بعد أحداث ١١ سبتمبر عام ٢٠٠١م .

* ومن هذه المشكلات غياب التنسيق الإعلامـــى بيـــن المؤسســـات الإعلامية الإسلامية لعدم وجود استراتيجية واضحة متفق عليها بيـــن الدول الإسلامية . وبسبب هذا الغياب فإن الجهود التى بُذلـــت مـــن أجل تقديم الإسلام تقديماً صحيحاً لغير المسلمين ظلت قاصرة لأنـــها فردية تفتقر إلى التجانس والتكامل .

مواجهة مخاطر التخلف

وقد أدرك المسئولون عن الإعلام فى البلاد الإسلامية مخـــاطر التخلف والقصور والتشرذم فى المجال الإعلامى فبدأت الاتصـــالات واللقاءات والندوات والمؤتمرات على مستويات رسمية وغير رســمية لدراسة واقع الإعلام الإسلامى ومشــكلاته وطموحاتــه وتحدياتــه . وعُقد مؤتمر تحضيرى فى قبرص عام ١٣٩٩هـ ـــ ١٩٧٩م أقـــر عدداً من التوصيات كانت هى محور مناقشات المؤتمر العالمى الأول للإعلام الإسلامى الذى عُقد فى جاكرتا عاصمة إندونيسيا فى العـــام التالى ،وصدرت عن هذا المؤتمر عدة توصيات تتعلق بدعم الإعـــلام الإسلامى . ولعل من أبرز ما أسفر عنه المؤتمر هذه الأمور :

الأول : إقرار ميثاق جاكرتا للإعلام الإسلامى المكـــون مـــن أربـــع مواد تدور فى مجملها حول واجبات الإعلاميين المسلمين فى الدعـــوة للإسلام والدفاع عنه ، وجمع كلمة المسلمين ، ومناهضـــة الأفكـــار الهدامة ، ومواجهة الحملات المغرضة ، والالتزام بالآداب الإســـلامية فى ممارسة المهنة الإعلامية .

الثانى : الدعوة لإنشاء صندوق عالمى لدعم الإعلام الإسلامى .

الثالث : إنشاء أمانة عامة دائمة للمؤتمر فى مكة المكرمة تنظم وتنسق شئون الإعلام والإعلاميين المسلمين (١) .

وفى ضوء قرارات وتوصيات مؤتمر وزراء خارجية الدول الإسلامية الثانى فى كراتشى تم تأسيس وكالة الأنباء الإسلامية الدولية لخدمة الدول الإسلامية . واعتمد لها دستور عمل . ولكن هذه الوكالة لم تنهض بالدور المنوط بها ولم تتحول إلى وكالة حقيقية قادرة على منافسة وكالات الأنباء العالمية (٢) .

وكذلك تأسست منظمة إذاعات الدول الإسلامية لنشر الدعوة الإسلامية ، والاهتمام بالتراث الإسلامى ، والتعريف بالقضايا الإسلامية ، والدفاع عنها وتعريف الشعوب الإسلامية ببعضها ، وتعميق روح الإخاء الإسلامى فيما بينها ، ودعم العلاقات بين أعضاء المنظمة لتوحيد جهودها فى خدمة أهدافها المشتركة ، والتعريف بالأسس السياسية والاجتماعية والاقتصادية والتربوية التى ترتكز عليها دعوة التضامن الإسلامى ، وتبادل البرامج الإذاعية والأخبار والمعلومات الفنية ، وكذلك تدريب الموظفين فى المجالات الإذاعية للمنظمة ، والتنسيق فى مجالات الإرسال الإذاعى وتخطيط البرامج فيما بين أعضاء المنظمة وتنظيم التعاون مع المنظمات

---

(١) انظر البيان الصادر عن مؤتمر جاكرتا فى ملاحق هذا الكتاب .

(٢) دستور وكالة الأنباء الإسلامية العالمية (اينا) .

الدولية للإذاعات بحيث تضمن المنظمة دفاعاً موحداً عن متطلباتـــها في الجداول اللاسلكية للموجات وفى غيرها من المسائل التى تهمها ، وحل كافة المشاكل الإذاعية التى تحدث بين الأعضاء بروح الأخـــوة الإسلامية وضمن إطار المجلس التنفيذى أو الجمعية العامة للمنظمة ، وتنمية التعاون بين المؤسسات الفنية للـــدول الأعضـــاء وتطويرهـــا وصولاً إلى مستوى العلاقات الأخوية بين الأقطار الشقيقة [١] .

كذلك بدأت خطوات للتنسيق على المستوى الرســـمى ، وبـــدأت تعقد مؤتمرات للإعلام على المستوى الوزارى . وكان أول مؤتمـــر فى مدينة جدة بالمملكة العربية السعودية عام ١٤٠٩هـــ ـــ ١٩٨٨م وكان المؤتمر الثانى فى القاهرة عام ١٤١٢هـــ ـــ ١٩٩٢م .

وتوالت الاجتماعات على المستويات الرســـمية ، كمـــا توالـــت محاولات إنشاء أجهزة مشتركة للقيام بتنسيق الجهود الإعلامية بيـــن الدول الإسلامية ولكن هذه الجهود لم تترجم بعـــد إلـــى مشـــروعات وبرامج ومن ثم إلى واقع ملموس .

---

(١) النظام الأساسى لمنظمة إذاعات الدول الإسلامية .

حلول مقترحة للمستقبل

وعندما نتحدث عن حلول للمشكلات القائمة التى أوردناها فيما سبق فليس لنا أن نبالغ أو أن نغرق فى الخيال فإن تطبيق أى مقترحات أو توصيات أو دعوات سيظل مرتبطاً بأشخاص الإعلاميين وبقدرة المؤسسات الإعلامية وبالواقع السياسى والاقتصادى والاجتماعى وبإفرازاته الفكرية والثقافية .

وهذا لا يعنى بأى حال أن نتوقف عن النظر والبحث والسعى للتغيير . بل إن النظر والبحث والسعى للتغيير هى فى مقدمة أولويات الإعلاميين المسلمين .

ولعلنا ونحن نبحث عن الحلول لسنا بحاجة لأكثر من أن نعود إلى ما سبق إصداره من قرارات وتوصيات ، ونجرى مراجعة لما تم تنفيذه وما لم يتم تنفيذه ، ونفرز أى إنجازات تحققت ونعمل بكل جد على تنفيذ ما لم يتم تنفيذه . وللتذكير بأهم ما صدر من مقترحات وتوصيات نورد بعضاً منها على النحو التالى :

* توفير الحرية الكاملة لوسائل الإعلام فى الدول الإسلامية على أن يقابل هذه الحرية التزام الإعلاميين بالقيم الإسلامية ، والتزام أجهزة الإعلام بإتاحة الفرصة للرأى والرأى الآخر احتراماً لحق الإنسان فى المعرفة .

* تبنى المفكرين والمثقفين الإسلاميين العمل على تثبيت ودعم فكـــرة استلهام القيم الإسلامية فى مختلف المجالات وإثبات قدرتـــــها علـــى استيعاب مختلف أشكال المعرفة والعلوم الحديثة وقدرتها على تحقيــق تنمية وتقدم المجتمع والرقى بأفراده .

* التحرك السريع والواعى بأبعاد المرحلة الحاليـــة بكــل تحدياتـــها وخطورتها لمواجهة الخطر القادم من خلال الغـــزو الســافر للبــث المباشر والذى يؤدى الاستسلام له إلى تشويه عقائد الأمة والتشـــكيك فى قيمها ، ولا تتأتى هذه المواجهة إلا بإنتاج برامج متطـــورة علـــى مستوى علمى وفنى متقدم تواجه البرامج الموجهة إلينا فــــى إطـــار خطة منظمة وهادفة لتثقيف الفرد المسلم وتحصينـــه ضـــد الثقافـــات الوافدة والغريبة على مجتمعنا الإسلامى .

* قيام وزراء الإعلام فى الدول الإسلامية بتبنـــى مواثيــق شـــرف الإعلام الإسلامى الصادرة عن المؤتمرات والندوات السابقة وتحويلها إلى دساتير ومناهج عمل يلتزم بها العاملون فى قطاعـــات الإعـــلام الرسمية . وتبنى المسئولين عن أجهزة الإعلام غير الرســـمية نفـــس المواثيق والتعريف بها وتحويلها كذلك إلى دســـاتير ومنـــاهج عمـــل للعاملين فى هذه الأجهزة .

* العمل على إنتاج مواد وبرامج خاصة للأطفال ذات بُعد إســـلامى يمكن استخدامها فى مختلف محطات وقنوات الإذاعـــة والتليفزيـــون

للدول الإسلامية مع مراعاة عمومية الفكرة واستخدام الأفكار والمفردات المشتركة بين الدول الإسلامية .

* تبنى ميثاق شرف للإعلان فى المؤسسات العاملة فى هذا المجال فى البلاد الإسلامية يكون ملتزماً بالقيم والأخلاقيات الإسلامية فى التأليف والتصميم والتنفيذ . وألا تتضمن الإعلانات أية إشارات أو تلميحات مثيرة للغرائز .

* دعوة العاملين فى مجال البرامج الدينية إلى تغيير مفهوم البرامج من حيث الأشكال التقليدية التى تقدم بها ، وتقديمها فى صورة جديدة تتناسب ومعطيات العصر .

* قيام أقسام وكليات الإعلام فى البلاد الإسلامية بتدريس العلوم الإسلامية ضمن مناهجها ، بحيث يمكن تخريج إعلاميين دارسين لعلوم الإعلام والعلوم الشرعية فى نفس الوقت .

* قيام أجهزة الإعلام فى البلاد الإسلامية بإتاحة الفرصة لخريجى أقسام وكليات الإعلام الدارسين للعلوم الشرعية للالتحاق بها .

* الالتزام فى نشر أخبار الجريمة بتحرى الحقيقة وصيانة الأعراض والحفاظ على الصورة العامة للمجتمع المسلم . وتوخى الحذر فى نشر تفاصيل وأساليب ارتكاب الجريمة .

* قيام تعاون حقيقى بين وكالات الأنباء فى الدول الإسلامية يتمثل فى تبادل الخدمات الإعلامية والمصورة والتغطية المشتركة للأحداث فى الدول الإسلامية وفى العالم .

* العناية بتدريب وتأهيل الكوادر الإعلامية . ووضع برامج متنوعة لإعداد هذه الكوادر منذ بداية التحاقها بالعمل لربطها بالتطورات الحديثة فى مجالات أساليب العمل والأداء المهنى والتطورات التكنولوجية فى مجالات الاتصال المختلفة . وتزويدها بالثقافة الإسلامية التى تمكنها من الاستفادة بتحصيلها العلمى والتدريبى فى خدمة قضايا المجتمعات الإسلامية .

* توجيه عناية خاصة بالأقليات المسلمة فى الدول المختلفة وخاصة للمجتمعات المسلمة فى الغرب ويشمل ذلك الاهتمام بقضايا هذه الأقليات والتعريف بها تعريفاً كافياً لدى أبناء الدول الإسلامية لتهيئة جو متعاطف . والنظر فى توجيه خدمة إذاعية خاصة لتبليغ المفاهيم الإسلامية الصحيحة لهذه البلاد والأقليات .

* توجيه عناية خاصة لنشر الأخبار والتحقيقات والتحليلات عن الدول الإسلامية لتحقيق تواصل معرفى بين أبناء المسلمين فى دول العالم .

* الإفادة من إمكانات القمر الصناعى العربى Arab Sat والقمر الصناعى المصرى Nile Sat لتحقيق الترابط بين الدول الإسلامية وخدمة أهداف التنمية الشاملة فيها من خلال البرامج المشتركة وتبادل بث الخدمات الإذاعية والتليفزيونية بين هذه الدول .

* الالتزام بالمظهر الإسلامى والسلوك الإسلامى من جانب الإعلاميين ، خاصة عند الظهور على شاشة التليفزيون فى الشكل والملبس والأداء [1] .

---

(1) البيان الختامى لندوة الإعلام الإسلامى بين تحديات الواقع وطموحات المستقبل بجامعة الأزهر بالقاهرة ١٤١٢هـ ــ ١٩٩٢م .

توظيف الإعلام
فى خدمة الدعوة

الحديث عن الإعلام الإسلامى والدعوة الإسلامية حديث متصل ويجب أن يظل كذلك . والتفاعل بينهما أمر مهم جداً حتى يحقق الإعلام دوره المنوط به فى خدمة الدعوة وحتى تنجح الدعوة فى تحقيق رسالتها . وقد يبدو العملان مختلفين وهذا صحيح ، فالاختلاف أمر طبيعى . ومع ذلك فالخيط الذى يفصل بين الإعلام والدعوة خيط رفيع جداً . وهناك من القواسم المشتركة ما يجعل العلاقة بينهما علاقة تفاعل وتكامل لا علاقة تنافس وتزاحم ، أو علاقة تناقض وتضاد .

** أول هذه القواسم المشتركة أن كلاً من الإعلام والدعوة عمل اتصالى ، والعناصر الأساسية فى كل منهما واحدة : المرسل ـ المرسل إليه ـ الرسالة ـ الوسيلة ـ رجع الصدى (التغذية المرتجعة) . ويختلف عدد المستقبلين أو المتلقين للرسالة حسب طبيعة الوسيلة المستخدمة وقدرتها على الوصول إلى أوسع مساحة وأكبر عدد من الأفراد .

فعلى سبيل المثال كانت الصحف فى بداياتها تطبع مئات النسخ وبدون ألوان وتطورت فأصبحت تطبع ألوفاً ، ثم عشرات فمئات

الألوف فملايين النسخ . وكانت الصحيفة تصدر طبعة واحدة فصارت تصدر عدة طبعات يومياً . وكانت لا تصل إلى كل الأنحاء فى الوطن الواحد بسبب صعوبات النقل ، ولكن شبكات الميكروويف والأقمار الصناعية حلت المشكلة فأصبح فى مقدور إدارة الصحيفة أو المجلة أن تصدر فى عدة بلاد فى مختلف أنحاء العالم فى الوقت نفسه .

والتليفزيون والإذاعة كانت إمكاناتهما فى تغطية الأحداث محدودة . وبفضل وسائل الاتصال الحديثة أصبح بمقدور المستمع أو المشاهد أن يتابع الأحداث فى لحظة وقوعها سواء أكانت هذه الأحداث لقاءات سياسية أم كانت معارك حربية أم مباريات رياضية أو غيرها . أكثر من ذلك فإن الأقمار الصناعية وشبكات الميكروويف أيضاً جعلت البث المباشر (على الهواء) فى خدمة المشاهد من حيث انتقاله من طرف سلبى لا دور له إلا الاستماع والمشاهدة إلى طرف إيجابى يشارك فى برامج الهواء بالرأى والسؤال والمناقشة . وقد أدى ذلك كأثر تلقائى إلى زيادة مساحة الحرية حتى فى المجتمعات المحافظة . وأبرز مثال على ذلك ما حدث من تطور فى الإعلام العربى نتيجة ظهور القنوات الفضائية الخاصة . فقد اضطرت القنوات الحكومية سواء أكانت فضائية أم أرضية لأن تطور نفسها وتحسن أسلوب أدائها حتى لا تفقد جماهيرها .

ومن آثار التطور فى وسائل الاتصال أيضاً وانتشـــار القنـــوات الفضائية وشبكات الكابلات التليفزيونية أن انتشر التليفزيون المدفـــوع أى مقابل اشتراك سواء فى القنوات المشفرة أم فى قنوات الكـــابلات . وهكذا أصبح هناك إعلام انتقائى . ولم يعد المشاهد مقيـــداً بقنـــوات بعينها . وتزامن مع هذا أيضاً انتشار الكمبيوتر . وشـــاع اســتخدام شبكة المعلومات الدولية " Inter net " التى تشـــتمل عـــلى ملاييـــن المواقع ويتدفق عبرها يومياً عشرات الملايين من المعلومـــات فـــى مختلف أنحاء العالم . وصار بوسع أى وسيلة إعلام أو حتى أى فـــرد أن يحجز لنفسه موقعاً على الإنترنت يبث من خلاله ما يشـــاء مـــن معلومات ، أو على الأقل يحصل على عنوان بريـــدى يتلقـــى عليـــه ويرسل منه ما يشاء من رسائل وبكل اللغات .

هذه الإنجازات الهائلة فى وسائل الاتصال بقدر مـــا هـــى فـــى متناول الإعلام وفى خدمته صارت أيضاً فى متناول الدعـــوة وفـــى خدمتها . وهى تتيح للدعوة فرصة هائلة ونقلة نوعية وتفتح أمامـــها آفاقاً جديدة تتجاوز أحلام الدعاة فى عصور سابقة لم يكن متاحاً فيـــها من وسائل الاتصال ســـوى المنـــابر وقاعـــات الـــدرس واللقـــاءات الشخصية أو المطبوعات محدودة التوزيع ، فصـــار بوســـع الداعيـــة أو الإمام أو العالم أن يخاطب الملايين بعد أن كان فـــى وقـــت مـــن الأوقات لا يصل صوته إلا إلى عشرات الأفراد . وأصبح بوســعه أن يصل برسالته الدعوية إلى الناس فى كـــل الأوقـــات بعـــد أن كـــان

محكوماً بوقت خطبة الجمعة أو درس العصر أو غير ذلك . وأن يصل إليهم فى كل مكان بعد أن كان المسجد وحده هو مكان اللقاء الأساسى .

وعلى جانب آخر فإن هذه التطورات المذهلة فى وسائل وعلوم وفنون الاتصال ساهمت بدور كبير فى توسيع دائرة معارف الإعلاميين والدعاة بصفة عامة . كما أن اتساع قاعدة الجماهير التى يخاطبها الإعلامى والداعية أصبحت تفرض متطلبات علمية وثقافية أوسع وأعمق مما كان فى عصور سابقة . إذ أنه من غير المستساغ أو المقبول أن يكون الإعلامى أو الداعية أقل معرفة من أفراد جمهوره بالقضايا المعاصرة . ومن ثم فقد صار من واجب الداعية أن يتحصن بالثقافة الشاملة والعميقة قدر المستطاع .

وظائف الإعلام

** ثانى القواسم المشتركة أن لكل من العملين ــ الإعلام والدعوة ــ وظائف يتعين عليه أن يؤديها كلياً أو جزئياً . فإن قصر أو قعد عن أدائها فإن ذلك لا يكون إلا لخلل فى جهاز الإعلام أو الدعوة سواء أكان خللاً فى التوجهات أم كان فى السياسات أم كان فى أشخاص القائمين بالعمل الإعلامى أو الدعوى .

ومن المتعارف عليه أن وظائف الإعلام هى :

ــ الإخبار .

- التوجيه (وتدخل فيه الدعوة) .
- التثقيف (ويدخل فيه التعليم) .
- الترفيه .
- الترويج (التسويق والإعلان) .
- الخدمة العامة .

وظائف الدعوة

ومن المتعارف عليه أيضاً أن للدعوة وظائف هي :

- التبليغ .. لقوله تعالى : **﴿ يا أيها الرسول بلّغ ما أُنزل إليك من ربك وإن لم تفعل فما بلغت رسالته والله يعصمك من الناس إن الله لا يهدى القوم الكافرين ﴾** (١) .

- التبيين : لقوله تعالى : **﴿ هذا بيان للناس وهدى وموعظة للمتقين ﴾** (٢) .

وقوله عز وجل : **﴿ ونزلنا عليك الكتاب تبياناً لكل شىء ﴾** (٣) .

---

(١) المائدة : ٦٧ .
(٢) آل عمران : ١٣٨ .
(٣) النحل : ٨٩ .

وقوله سبحانه : ﴿ **وأنزلنا إليك الذكر لتبين للناس ما نزل إليهم** ﴾ [1] .

وقوله عز من قائل : ﴿ **وما أنزلنا عليك الكتاب إلا لتبين لهم الذى اختلفوا فيه** ﴾ [2] .

ـ **الشهادة** : لقول الله تعالى : ﴿ **يا أيها النبى إنا أرسلناك شاهداً ومبشراً ونذيراً * وداعياً إلى الله بإذنه وسراجاً منيراً** ﴾ [3] . وقد جمعت هذه الآية مع الشهادة كلاً من البشارة (التبشير) والإنذار .

ـ **البشارة والإنذار** : لقوله سبحانه : ﴿ **وما أرسلناك إلا كافة للناس بشيراً ونذيراً** ﴾ [4] .

وقوله جل جلاله : ﴿ **إنا أرسلناك بالحق بشيراً ونذيراً وإن من أمة إلا خلا فيها نذير** ﴾ [5] .

وقوله سبحانه : ﴿ **وما أرسلناك إلا مبشراً ونذيراً** ﴾ [6] .

---

(١) النحل : ٤٤ .

(٢) النحل : ٦٤ .

(٣) الأحزاب : ٤٥ـ٤٦ .

(٤) سبأ : ٢٨.

(٥) فاطر : ٢٤ .

(٦) الإسراء : ١٠٥ .

وقوله تعالى : ﴿ **فإنما يسرناه بلسانك لتبشر به المتقين وتنـــذر به قوماً لُدًّا** ﴾ [١] .

وقوله عز وجل :﴿**يا أيها المدثر * قم فأنذر**﴾ [٢].

وقوله تعالى : ﴿**هذا بلاغ للناس ولينذروا به**﴾ [٣] .

ـ **الموعظة أو الوعظ** : لقولـــه تعـــالى : ﴿ **يـــا أيـــها النـــاس قـــد جاءتكم موعظة من ربكم وشفاء لما فى الصدور وهـــدى ورحمـــة للمؤمنين** ﴾ [٤] .

ـ **التذكير** : لقوله سبحانه : ﴿ **فذكر إنما أنت مذكر * لست عليـــهم بمسيطر** ﴾ [٥] .

وقوله جل شأنه : ﴿ **وذكر فإن الذكرى تنفع المؤمنين** ﴾ [٦] .

ـ **النصيحة** : لقوله عز وجل : ﴿ **ليس علـــى الضعفـــاء ولا علـــى المرضى ولا على الذين لا يجدون ما ينفقون حـــرج إذا نصحـــوا لله ورسوله** ﴾ [٧] .

---

(١) مريم : ٩٧ . (٢) المدثر : ١ـ٢ . (٣) إبراهيم : ٥٢ .
(٤) يونس : ٥٧ . (٥) الغاشية : ٢١ـ٢٢ . (٦) الذاريات : ٥٥ .
(٧) التوبة : ٩١ .

** ثالث هذه القواسم المشتركة أن كلاً من الإعلام والدعوة يجمعان فى ثناياهما بين العمومية والخصوصية . فالأصل أن الإعلام بوظائفه المتعددة موجه لكل أفراد الجمهور ؛ والأصل أن الدعوة موجهة للناس كافة ؛ ومع ذلك فكل من الإعلام والدعوة يمكن أن يكون موجهاً لفئة أو فئات معينة من الجماهير . فالبرامج فى الإذاعة والتليفزيون والمواد المنشورة فى الصحف والمجلات ، وكذلك الدروس فى المساجد وقاعات الدرس والندوات يمكن أن تكون موجهة لكل فئات الجمهور . كما يمكن أن تكون هناك برامج وأركان ومواد خاصة موجهة لشرائح وفئات مختلفة حسب الجنس والسن ومستويات التعليم والتخصص ومجالات العمل والاهتمام . وفى كل من الإعلام والدعوة يختلف مستوى الخطاب حسب مقتضى الحال ومستوى الجماهير وقديماً قالوا : "لكل مقام مقال " فما يقال فى ملتقى مفكرين وعلماء يختلف فى أسلوبه ومستواه عما يقال فى قاعة تدريس للطلبة وكذلك عما يقال فى ندوة عامة ، وعما يقال فى برنامج تليفزيونى موجه للجماهير العامة أو ينشر فى صحيفة عامة يقرؤها أساتذة الجامعة كما يقرؤها بسطاء التعليم والثقافة .

وفى الإعلام المرئى والمسموع تختلف البرامج السياسية والاقتصادية المتخصصة عن البرامج العامة . وتختلف البرامج الموجهة إلى الطلبة عن البرامج الموجهة للمزارعين . وهذه وتلك تختلف عن البرامج الترفيهية . والأعمال الدرامية التى تشاهدها

الأسرة مجتمعة تختلف عن الأعمال الدرامية الخاصة بالأطفال سواء من حيث الأفكار أو الأشكال أو طريقة المعالجة .

والأمر كذلك فى الدعوة . فإن أسلوب الخطاب الموجه إلى العامة يختلف ــ ويجب أن يختلف ــ عن أسلوب الخطاب الموجه إلى شرائح متخصصة وعلى درجة عالية من المعرفة العامة والثقافة الدينية بصفة خاصة . والخطبة الملقاة فى مجتمع زراعى تختلف عن تلك التى تلقى فى منطقة صناعية لها ظروف واهتمامات وقضايا مختلفة . وتختلف عنهما الخطبة التى تلقى فى حى من الأحياء السكنية لا اتصال له بالزراعة أو بقضايا الصناعة . صحيح أن المبادئ والمثل والقيم واحدة لا تتغير ، ولكن الذى يتغير هو اختيار النماذج واستخدام الأسلوب الأمثل للوصول إلى عقول الناس وقلوبهم .

وكذلك فإن الخطاب الموجه للجمهور المسلم لابد أن يختلف عن الخطاب الموجه للجمهور غير المسلم لاختلاف الهدف واختلاف المعتقد ودرجة الاستعداد للقبول . ومخاطبة المسلمين فى بلاد الإسلام تختلف ــ ولابد أن تختلف ــ عن مخاطبة الأقليات المسلمة فى البلاد غير الإسلامية لاختلاف القضايا والاهتمامات والمشكلات والظروف السياسية والاقتصادية والنظام التعليمى وثقافة المجتمع .

تحديات مشتركة

** ومن القواسم المشتركة بين الإعلام والدعوة أنه بينما أمامهما الفرصة متاحة بلا حدود للاستخدام والاستفادة من منجزات العلم والتكنولوجيا فى مجالات الاتصال المختلفة واستغلال وسائلها وأدواتها المختلفة ــ بدءاً من منبر المسجد أو قاعة المحاضرات ومن النشرة والكتاب محدودى التوزيع إلى آفاق الإنترنت التى كسرت الحواجز وتخطت الحدود . وكذلك الأقمار الصناعية التى حولت العالم إلى ما يشبه البيت الزجاجى بعد أن كان يطلق عليه القرية الإلكترونية الصغيرة ــ فإن هذه الإنجازات مع ما تقدمه من فرصة غير مسبوقة أمام الإعلام والدعوة فإنها أيضاً تمثل خطراً داهماً وتحدياً كبيراً يتعين على الإعلام والدعوة فى البلاد الإسلامية أن يتصديا لهما . وقد كنا منذ عقد من الزمان نحذر من مخاطر البث المباشر وندعو إلى ضرورة استباق الزمن وتنفيذ خطط وبرامج للارتقاء بالإعلام الإسلامى وتحصين المجتمعات الإسلامية ضد الغزو الفكرى الوافد عبر القنوات الفضائية وشبكة الإنترنت . والآن صار البث المباشر حقيقة وصار الفضاء يعج بالأقمار الصناعية . وصارت القنوات الفضائية بالآلاف تبث بكل اللغات واللهجات . وفى البداية حاولت بعض الدول أن تشوش على هذا البث فلم تنجح ،

وحاولت دول أخرى أن تضع قيوداً على استخدام وسائل التقاط البث الفضائى لم تفلح . ولم يعد أمام الإعلام والدعوة فى البلاد الإسلامية سوى أن تطور أساليبها وأدواتها حتى تستطيع أن تواجه الإعلام الوافد . وهذا التحدى يضاف إلى التحديات التى تحدثنا عنها فى موضع آخر والتى تتعلق ببنية الإعلام الإسلامى والظروف السياسية والاجتماعية التى يعمل فى إطارها .

ولأن الإعلام الإسلامى والدعوة يواجهان معاً هذا التحدى فقد أضيف إلى أعبائهما عبء مواجهة الآثار السلبية الناجمة عن التفجيرات التى وقعت فى برجى مركز التجارة العالمى فى نيويورك ومبنى وزارة الدفاع الأمريكية " البنتاجون " فى واشنطن فى الحادى عشر من شهر سبتمبر عام ٢٠٠١م . فقد أشعلت هذه التفجيرات حالة من العنف والكراهية ضد الإسلام والمسلمين فى الغرب . وقد شكلت الإدارة الأمريكية ما أسمته " التحالف الدولى ضد الإرهاب " وقامت بسلسلة طويلة من الأعمال بدءاً بضرب أفغانستان وتفكيك تنظيم القاعدة وجماعة طالبان وتغيير النظام الحاكم فى أفغانستان إلى تحقيق وجود عسكرى أمريكى نشط فى دول وسط آسيا المحيطة بأفغانستان إلى تجنيد أجهزة المخابرات فى مختلف الدول لخدمة العمليات العسكرية الأمريكية البريطانية ، إلى التهديد بضرب ما أسماه الرئيس الأمريكى جورج بوش محور الشر ، إلى تصنيف بعض الدول كراعية للإرهاب وتصنيف العديد من المنظمات ـــ بما فيها منظمات

المقاومة المعترف بها دولياً ـ كمنظمات إرهابية ، إلى تعقب أرصدة وحسابات هذه المنظمات وكثير من الأفراد ومصادرتها أو تجميدها بدعوى اتصالها بتنظيم القاعدة الذى يقوده أسامة بن لادن إلى إصدار قوانين تبيح التصنت والقبض العشوائى والمحاكمة العسكرية ـ الاستثنائية ـ للمشتبه فى تورطهم فى أى علاقة بالتنظيمات الإرهابية ، إلى المطالبة بتغيير مناهج التعليم الدينى فى بعض البلاد الإسلامية بعد اتهام هذه المناهج بأنها تغذى الفكر المتطرف ، إلى تقييد دخول أبناء البلاد الإسلامية إلى الولايات المتحدة حتى بقصد التعليم ، إلى التضييق على من هم مقيمون فيها بالفعل .

حقائق ما بعد سبتمبر

وقد كشفت تداعيات أحداث سبتمبر ٢٠٠١م عن العديد من الحقائق :

* **أولى هذه الحقائق** : أنه فى الوقت الذى ينتشر فيه الإسلام فى الغرب بقوته الذاتية ، وبجهود دعوية متواضعة وغير منسقة ومع وجود تيار متعقل متفهم لدور الإسلام باعتباره ديناً سماوياً يدعو للتسامح ويسهم فى صنع الحضارة الإنسانية ، فإن هناك تياراً يمينياً (سياسياً) وأصولياً رجعياً (دينياً) يحمل حقداً وكراهية غير محدودين للإسلام ، ولديه ثارات قديمة وتراكمات تاريخية يتحين الفرصة لكى يصفيها مع الإسلام والمسلمين .

* **ثانية هذه الحقائق** : أن الحركة الصهيونية العنصرية المسيطرة على قطاع حيوى من المنظومة الإعلامية الغربية وخاصة فى الولايات المتحدة ، وكذلك على قطاعات رئيسية من المؤسسات السياسية ومراكز صنع القرار السياسى والمراكز العلمية والبحثية فضلاً عن المؤسسات العسكرية والمالية هى التى تبث وتغذى هذه النظرة العنصرية التى اتخذت أشكالاً متعددة ، سواء فى صورة قرارات ، أم فى صورة تصريحات من كبار المسئولين ، أم فى صورة سلوكيات عدوانية ضد المسلمين الوافدين أو المقيمين فى هذه البلاد . ومن ذلك :

ــ تصريح الرئيس الأمريكى جورج بوش فى بداية الحملة العسكرية الأمريكية البريطانية على أفغانستان ، والذى ورد فيه ذكر شن حرب صليبية على الإرهاب مما استدعى للأذهان ذكريات الحروب الصليبية الأولى التى شنتها أوروبا على البلاد الإسلامية لأهداف استعمارية ــ ودينية متعصبة ــ تحت لواء الصليب . ولأن هذا التصريح أحدث ردود فعل سلبية فى البلاد الإسلامية والعربية التى تسعى الإدارة الأمريكية لتجنيدها إلى جانبها فى حملتها العسكرية صدرت إيضاحات تنفى البعد السياسى أو الدينى لهذا المصطلح . وأشار المتحدث باسم البيت الأبيض الأمريكى إلى أنه مصطلح دارج أصبح يطلق على أى عملية عسكرية كبيرة ، ولا يقصد به استهداف الإسلام أو المسلمين . ورضى المسلمون بهذا التبرير ، وقام الرئيس

بوش بزيارة المركز الإسلامى والتقى بعـــدد مـــن قـــادة المســـلمين الأمريكيين كما دعا عدداً من كبار زعماء الجالية الإسلامية وبعـــض السفراء على حفل إفطار رمضانى . وأصدر الكونجرس الأمريكـــى قراراً بتجريم التحرش بأى مواطنيـــن أمريكييـــن بمـــا فـــى ذلـــك المسلمون .

ـــ التصريح الذى أدلى به رئيس الوزراء الإيطالى سيلفيو بيرلسكونى لدى زيارته لألمانيا ، والذى أشار فيه إلى أن الحضـــارة الإســـلامية أدنى مستوى من الحضارة الغربية . وقد أحدث هذا التصريح موجة من الاستياء وردود الفعل الغاضبة فى البلاد الإسلامية وفى أوروبا، بـــل وفى إيطاليا ذاتها باعتباره تصريحاً غير مسئول ومن شـــأنه إثـــارة الفتنة وإذكاء الخلافات بين المسلمين والمسيحيين . واضطر رئيـــس الوزراء الإيطالى إلى الالتقاء بعدد من سفراء الـــدول الإســـلامية . وأشار إلى أن تصريحه قد عزل عن سياقه وأسئ فهمه وتوظيفـــه . وأصدر بيرلسكونى بعد ذلك بفترة تصريحاً حاول به أن يزيل الآثـــار السلبية لتصريحه الأول . لكن العبرة هى بما نطق به لسانه وعبّر بـــه عن عمق الكراهية للإسلام والمسلمين لدى بعض صناع القرار فـــى الغرب .

ـــ الطلب الذى تقدم به أحد النواب اليمينيين للبرلمان الإيطالى لغلـــق إيطاليا فى وجه المهاجرين المسلمين . وهذا الاقتراح وإن لـــم يلـــق

تأييداً عاماً فإنه يعبر أيضاً عن النزعة العنصرية خاصة ضد المسلمين .

ـ التحرشات والاعتداءات والإساءات التى تعرض لها المسلمون فى الولايات المتحدة وأوروبا ، والتى تراوحت بين السب والضرب والإهانة اللفظية والاعتداء البدنى ومهاجمة المساجد والحرمان من الحقوق المدنية بما فيها منع ركوب الطائرات وإجراءات التفتيش الذاتى فى المطارات ، وبين التهديد بالقتل وتنفيذ هذا التهديد . بل إن أحد حراس الرئيس الأمريكى جورج بوش منع من صعود طائرته لأنه مسلم . وقد اضطر بعض علماء المسلمين إزاء ما تتعرض له النساء المسلمات فى الدول الغربية من اعتداءات إلى الإفتاء بجواز خلع غطاء الرأس (الحجاب) إذا خشين على حياتهن من الاعتداء .

ـ القوانين والقرارات التعسفية التى اتخذتها الإدارة الأمريكية والتأييد الجائر للعدوان الإسرائيلى على الشعب الفلسطينى وإنكار حقه فى مقاومة العدوان من خلال تجريم أعمال المقاومة وإدراج منظمات المقاومة كمنظمات إرهابية .

ـ القيود التى فرضتها الدول الأوروبية خلال اجتماعاتها فى أسبانيا خلال شهر يونية ٢٠٠٢م على الهجرة إليها وهى هجرة تنطلق بصفة أساسية من دول شمال أفريقيا وهى دول إسلامية . والعقوبات التى قررتها هذه الدول على الدول المصدرة للهجرة وذلك للحد من الوجود الإسلامى فى بلدان أوروبا .

وغير ذلك من النماذج كثير .

إعادة تقديم الإسلام

* **الحقيقة الثالثة** : أن ثمة نقصاً عاماً في المعلومات عند الغربيين عن الإسلام وعن المسلمين وعن جهود الأمة الإسلامية للأخذ بأسباب النهوض والارتقاء . وأن القدر المتاح من المعلومات حافل بالمغالطات والتشوهات . وأن هذه المغالطات والتشوهات هي ثمرات تاريخ طويل من الحساسيات والتشويه المتعمد وقلب الحقائق . وأن ذلك التشويه وقلب الحقائق لم يشمل أجهزة الإعلام فقط ، ولكنه شمل مع ذلك وقبل ذلك مناهج التعليم بل ومناهج البحث العلمي التي تحفل بالأكاذيب المقصودة ، والمغالطات المتعمدة عن الإسلام ونبي الإسلام ﷺ وعن المسلمين . وأن التعامل مع هذه الحالة وتغييرها أو التخفيف من حدتها لا يمكن أن يتم بتجاهلها ولا بالعنف تجاهها أو اليأس من تحقيق أي نجاح . فكما أن هذه الحالة هي ثمرة ونتيجة لجهود دؤوبة على مدى أجيال متعاقبة فإن تغييرها يقتضي جهوداً متصلة وفي مجالات متعددة وبأساليب مختلفة وعلى مستويات متفاوتة . وكما حدث تراكم في الكراهية والحقد فإن المطلوب بناء تراكم من الفهم والتسامح على أساس من المشترك بين الأديان ، ومن خلال الحوار العلمي القائم على أسس من الندية من جهة والتراضي

والتعاون من جهة أخرى . ويجب أن نستثمر كل فرصة متاحة لبناء صورة إيجابية للإسلام والمسلمين تحل تدريجياً محل الصورة الشائهة الحالية .

نور وسط الظلام

* **الحقيقة الرابعة** : وهى حقيقة هامة وإيجابية وتعطى أملاً كبيراً للمسلمين إذا أحسنوا استثمارها وتوظيفها . فالشعوب الغربية التى بنت حضارتها على العقل وحده وخاصمت الدين وعزلته عن السياسة وعن واقع الحياة الاجتماعية نتيجة ظروف تاريخية معينة صارت الآن تعانى من فراغ روحى . وهذه حقيقة معروفة منذ زمن بعيد ، لكنها لم تكن مصدر قلق ولا محل اهتمام كما هى الآن بسبب الآثار الاجتماعية المترتبة على غياب الوازع الدينى واهتزاز المنظومات الأخلاقية وانهيار نظام الأسرة وتزايد ظواهر العنف والإرهاب .

وكما علمتنا دروس التاريخ فإن الأحداث الكبرى تُحدث هزات اجتماعية وفكرية وثقافية تدعو المجتمعات والنخب الحاكمة إلى مراجعات ضرورية .

وقد أدت أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١م إلى هزة كبرى فى المجتمع الأمريكى كانت لها تداعياتها السلبية كما كانت لها أيضاً

تداعياتها الإيجابية . وكانت من أبرز التداعيات الإيجابية محاولة فهم ما حدث . ومحاولة معرفة لماذا تكره الشعوب السياسات الأمريكية ؟ وهل يكرهون الشعب الأمريكى ؟ ومحاولة معرفة إن كانت ثمة علاقة بين الإسلام والعنف والتطرف . وفى الوقت الذى ألحت فيه أبواق الدعاية الصهيونية على الربط بين الإسلام والإرهاب والادعاء بأن للعنف والإرهاب أصلا فى تعاليم الإسلام ، تعالت أصوات موضوعية تدعو للفصل بين الإسلام وبين الإرهاب . وكانت ثمرة ذلك إقبال أفراد الشعب الأمريكى — وبعض الشعوب الأوروبية — على شراء الكتب التى تتحدث عن الإسلام بحيث صارت هذه الكتب هى الأكثر مبيعا . وكانت الثمرة الأهم فى كل ذلك تضاعف أعداد الأمريكيين الذين اعتنقوا الإسلام عن فهم ووعى واقتناع . وهذا يعزز ما ذكرناه من قبل من أن الإسلام ينتشر بقوته الذاتية ، وبما يحمله من مبادئ وقيم ومثل عليا . وهذه فرصة سانحة — قد لا تتكرر — أمام المسلمين لأن يقدموا الإسلام للأمريكيين والغربيين بصفة عامة تقديما جديدا بالقول والعمل بما يناسب العقلية والثقافة الغربية وبما يستثمر حالة المراجعة والدعوة للعودة إلى الدين .

محاولات فرض العولمة

* **الحقيقة الخامسة** : أن محاولات تعبئة الشعوب الغربية ضد الإسلام والمسلمين ليست منطلقة فقط من منطلقات دينية ، بل تنطلق

فى الأغلب من منطلقات سياسية عسكرية اقتصاديـــة اســتعمارية . فكل التحليلات السياسية الشرقية والغربية تجمـــع علـــى أن الحملـــة العسكرية الأمريكية التى ترفع شعار محاربة الإرهاب إنما هدفها فيما يخص أفغانستان هو الوصول إلى منابع بترول بحر قزوين والسيطرة عليها تمهيداً للاستغناء ما أمكن عن بترول الدول العربية ، ومن ثـــم التحرر من أى شبهة ضغط لهذه الدول ، وبالتالى إطلاق يد إســرائيل فى المنطقة لتعيد ترتيب الأوضاع فيها بما يخدم أهداف الصهيونيـــة العالمية وأهداف السياسة الأمريكيـــة . وهـــدف الحملـــة الأمريكيـــة البريطانية على المستوى العالمى هو إحكام السيطرة الأمريكية علـــى العالم ، وإلغاء دور المنافسين بما فى ذلك دور الأصدقـــاء والحلفـــاء التقليديين للولايات المتحدة . وهذه السياسة الاستعمارية تـــهدف إلـــى فرض العولمة أى الهيمنة الأمريكية على العالم بقوة الســـلاح حيـــث فشلت الأساليب الأخرى .

هذه السياسة لا تلقى تأييداً كاملاً من أوروبا ، حيث أنها تتعارض مع الشعور القومى لدول مثل روسيا وألمانيا وفرنســـا . كمـــا أنـــها تتعارض مع مصالح دول أوروبا التى تتطلع لأن تكون القوة الثانيـــة فى العالم لكن إلغاء أو تقليل دورها يحول دون تحقيق ذلك مع بـــزوغ دول أخرى مثل الصين واليابان واحتمال أن تستعيد روســـيا قدرتـــها ومكانتها ودورها فى السياسة الدولية .

وفى الوقت ذاته فإن هذه السياسات الأمريكية ليست محل إجماع فى الدوائر السياسية الغربية بصفة عامة والأمريكية بصفة خاصة . وهذا يوجب على العرب والمسلمين أن يواجهوا حملة تسويق الإسلام على أنه العدو البديل أو الخطر الأخضر بعد زوال الخطر الأحمر وهو الشيوعية .

* **الحقيقة السادسة** : أنه على الرغم من الضعف الذى تعانى منه الأمة الإسلامية وعلى الرغم من عدم وجود رابطة قوية تجمعها سياسياً أو اقتصادياً أو عسكرياً على نحو ما حدث فى أوروبا وآسيا فإن الولايات المتحدة عندما بدأت حملتها العسكرية ضد أفغانستان تحت شعار محاربة الإرهاب كانت حريصة على عدم استعداء الدول الإسلامية واستثارة المزيد من كراهية شعوبها . ومن ثم فإن الساسة الأمريكيين وكثيراً من السياسيين الغربيين قد تسابقوا للإعراب عن تقديرهم للدين الإسلامى واحترامهم للمسلمين وتأكيد أن الحملة الأمريكية البريطانية ليست موجهة ضد الإسلام والمسلمين . وسواء أكانت هذه التصريحات صادقة ومعبرة عن موقف وقناعة حقيقيين ، أم كانت لامتصاص الغضب والمشاركة فى تمرير الحملة الأمريكية البريطانية فإن الإعلام الإسلامى يتوجب عليه توظيف هذه التصريحات توظيفاً إيجابياً . كذلك يتوجب على الإعلام الإسلامى أن يظل متمسكاً فى طرحه للقضايا الإسلامية بالمبادئ والأسس التى

قررتها ووضعتها المواثيق والمعاهدات الدولية إضافة إلى المبادئ والقيم الإسلامية الأصيلة .

* **الحقيقة السابعة** : أن الحملة التى شنتها الولايات المتحدة تحت شعار محاربة الإرهاب والتى تم تجنيد العالم فيها بأساليب الترغيب والترهيب هى فى جانب منها حرب إعلامية .

وإذا شئنا الدقة فهى حرب دعائية . ويكفى أن نشير فى هذا الصدد إلى قيام وزارة الدفاع الأمريكية بإنشاء مكتب للتضليل الإعلامى مهمته إطلاق الشائعات والأخبار الكاذبة وبالونات الاختبار بهدف إحداث بلبلة فى الدول المستهدفة بالعدوان الأمريكى والرأى العام العالمى وفى الوقت ذاته لتعبئة الرأى العام الأمريكى خلف السياسات والخطط التى تضعها الإدارة الأمريكية . وهذا يمثل تحدياً للإعلام الإسلامى الذى يتعين عليه أن يتصدى لعمليات التضليل الإعلامى :

أولاً : بعدم الانسياق وراء ما تتضمنه هذه العمليات من أكاذيب وأباطيل .

ثانياً : بإبراز وإظهار ما فيها من كذب وبهتان .

ثالثاً : بتقديم الحقائق والمعلومات الصحيحة الدقيقة الكاملة .

والذى يعنينا من الحقائق التى ذكرناها هو التلازم بين الإعلام والدعوة الإسلامية .

فالتعريف بالإسلام وعرض معالجته للقضايا المعاصرة المختلفة وحله للمشكلات ، وتنقية صورته من التشوهات التى تلصق بها تدخل فى النشاط الإعلامى ، وهى فى الوقت ذاته أعمال دعوية من الدرجة الأولى .

خدمة الدعوة داخلياً وعالمياً

وتأسيساً على ذلك فإننا أمام مهمتين :

* **المهمة الأولى** : هى توظيف وسائل الإعلام فى خدمة الدعوة الإسلامية داخل المجتمعات الإسلامية . وهذه مهمة قديمة متجددة بتجدد الحياة وتجدد مشكلات العصور واختلافها .

* **المهمة الثانية** : هى توظيف وسائل الإعلام للدفاع عن الإسلام وعرضه عرضاً جديداً صحيحاً سليماً مقنعاً بأسلوب الخطاب الذى يناسب العصر ، ويناسب طبائع وثقافات الشعوب ويتخطى الحساسيات السياسية والدينية ، ويأخذ فى الاعتبار ما كشفت عنه أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١م وتداعياتها التى أشرنا إليها .

* وفيما يخص توظيف وسائل الإعلام لخدمة الدعوة الإسلامية داخل البلاد الإسلامية فإن هذا يتطلب ما يلى :

ــ العمل على بناء داعية عصرى مزود بالثقافة الدينية الأصيلة التى لا يستغنى عنها أى داعية ناجح وقادر على أداء وظائف الدعوة

وتحقيق أهدافها التى أشرنا إليها فى البداية والمستمدة مـــن القــرآن الكريم والسنة النبوية المشرفة ، ومزود فى الوقت ذاته بقدر مناســب من علوم العصر التى تتيح له عرض القضايا المختلفة بوعى كـــاف يقنع جمهوره على اختلاف فئاته .

ـ تطوير مناهج الدراسة فى الكليات المتخصصة المؤهلــة لتخريــج الدعاة ، وإضافة مواد مثل التربية وعلم النفس والاتصال والحاســب الآلى فى هذه الكليات حتى يتخرج الداعية وهو مؤهل للسيطرة علــى أدوات العمل وحسن استخدامها بكفاءة عاليـــة . وقــد بــدأت وزارة الأوقاف فى مصر جهوداً حثيثة فى مجال تزويد الدعاة بدورات فـــى الحاسب الآلى والتعامل مع شبكة المعلومات الدوليـــة " الإنــترنت " وهى بصدد التوسع فى هذه الدورات . كما أنها تقوم بتزويد الأئمـــة بأجهزة الحاسب الآلـــى . وهــذه خطــوات محمــودة نرجــو لــها الاستمرار . كما نرجو أن يتكامل عملها فى هذا المجال مـــع عمــل الأزهر وجامعة الأزهر . وإذا كنا هنا نشير للتجربة المصرية فإننـــا نأمل أن يحدث مثل ذلك فى البلاد الإسلامية الأخرى .

ـ الحرص على تدريس اللغات الأجنبية فى مراحل التعليم المختلفـــة فى الأزهر وما يقابله فى البلاد الإسلامية لتخريج أئمة ودعاة قــادرين على التعامل مع العالم الخارجى باللغات المختلفة . وقد أنشئت فـــى جامعة الأزهر أقسام فى كلية اللغـــات والترجمـــة لتدريــس العلــوم الشرعية بعدد من اللغات الأجنبية . وهذه أيضاً خطوة طيبـــة لكنــها

بحاجة للدعم ومضاعفة أعداد الخريجين وزيادة عدد اللغات الأجنبية التى يتم التدريس بها .

ـ على الجانب المقابل لابد من أن تحتوى مناهج الدراسة فى كليات وأقسام الإعلام بالجامعات المختلفة على دراسة عميقة للثقافة الإسلامية (عقيدة وشريعة وحضارة وثقافة عامة) حتى يتخرج إعلاميون لديهم قدر كاف من الثقافة الإسلامية .

ـ تنظيم دورات للإعلاميين فى مجالات الثقافة الإسلامية المختلفة حيث يفتقر الكثير من الإعلاميين إلى الحد الأدنى من الثقافة الإسلامية بمنظورها الشامل لقضايا المجتمع .

ـ العناية بالبرامج الدينية فى الإذاعة والتليفزيون ـ وخاصة التليفزيون ـ من حيث نسبتها إلى مجمل ساعات الإرسال ، ومن حيث توقيت بث هذه البرامج ، ومن حيث الأشكال الفنية وعوامل الجذب ، ومن حيث انتقاء الضيوف بما يضمن التنوع وعدم التكرار فى المتحدثين وفى مستوى الخطاب .

ـ إفراد مساحات أكبر للثقافة الدينية فى الصحف والمجلات . ودعم الصحف والمجلات التى تقدم ثقافة دينية متخصصة .

ـ إحياء عمل اللجنة العليا للدعوة فى مصر وإقامة جسور منظمة للتعاون بين المؤسسات الدينية وأجهزة الإعلام ، وكذلك التنسيق بين المؤسسات الدينية والمؤسسات الثقافية الأخرى داخل المجتمع الواحد .

* وفيما يخص توظيف وسائل الإعلام للدفاع عن الإسلام فإن ثمة بُعْدين : بُعد للمدى القصير .. وبُعد للمدى المتوسط والبعيد :

* أما على المستوى القصير والعاجل فإن الأمر يقتضى رصد كل ما ينشر الآن حول الإسلام ، والرد فى ذات الوسائل ، وتأمين بث أو نشر الردود بالاتصالات المباشرة وبالطرق الدبلوماسية أو باستئجار الأوقات والمساحات .

ـ كما يقتضى الأمر إصدار كتيبات ونشرات باللغات المختلفة واسطوانات مدمجة C . D وإرسالها إلى أجهزة الإعلام ومراكز الدراسات والبحوث المختلفة فى الدول الغربية تعرف بالإسلام وأحكامه ومواقفه من القضايا المعاصرة وفى مقدمتها : السلام والحرب ـ الجهاد ـ حقوق الإنسان ـ علاقة المسلمين بغير المسلمين ـ حقوق المرأة والطفل ـ الإرهاب .. إلخ .

ـ وكذلك الدعوة إلى عقد ندوات وحلقات نقاشية مشتركة بين باحثين مسلمين متخصصين ونظرائهم من الدول الغربية لدراسة القضايا المختلفة وإصدار بيانات مشتركة بشأنها والعمل على تعميم هذه البيانات على وسائل الإعلام .

ـ دعوة إعلاميين غربيين لزيارة البلاد الإسلامية والتعرف على واقعها وإجراء حوارات مع المفكرين والعلماء فيها .

ـ تحفيز الحوار الثقافى والدينى وتطوير آلياته والتعامل معه من منطلق التكافؤ والندية والتعارف المتبادل وليس من منطلق الرد على الأباطيل والشبهات .

* وأما على المستويين المتوسط والبعيد فإن الأمر يتطلب :

ـ بذل جهود مكثفة مع المنظمات الدولية والمؤسسات البحثية لتنقية المناهج الدراسية من المعلومات الخاطئة والأباطيل المتعلقة بالإسلام وثمة تجربة رائدة وناجحة نفذت فى ألمانيا بجهود فردية وتوقفت بوفاة صاحب فكرتها ويجب أن يتم إحياؤها واستمرارها بجهد مؤسسى .

ـ وإصدار الدوريات العلمية باللغات المختلفة للتعريف بالمعالجات الإسلامية للقضايا الإنسانية والاجتماعية والاقتصادية المختلفة . وتبادل العلماء والأساتذة فى التخصصات المختلفة بين الجامعات الإسلامية ونظيراتها فى الغرب وفقاً لرؤية واضحة وأهداف محددة تصب فى مجرى النهوض بالمجتمعات الإسلامية .

وإذا كانت الجهود العلمية والبحثية يمكن أن تسفر عن نتائج إيجابية فإن هذه النتائج تبقى محصورة ومحدودة الجدوى ما لم يصاحبها إعلام جيد بل متميز بلغات مختلفة وبخطاب عصرى .

مؤسسات عصرية

وبنظرة إلى واقعنا الإعلامى وإذا استبعدنا المبالغات الإعلامية ونحيناها جانباً فإن ثمة قصوراً كبيراً فى الأداء الإعلامى الموجه للعالم الخارجى . ومن الواجب على المسئولين دراسته والشروع فى تنفيذ كيانات إعلامية قادرة على مخاطبة العالم بلغات مختلفة وبأساليب تناسب تعدد اللغات والثقافات . ومن ذلك :

أولاً : دار نشر عالمية متخصصة فى نشر الكتب والدوريات الإسلامية بلغات متعددة . ويمكن أن تتعاون هذه الدار مع المنظمات الدعوية والثقافية الإسلامية القائمة وفى مقدمتها : المجلس الأعلى للشئون الإسلامية فى مصر ، رابطة العالم الإسلامى فى المملكة العربية السعودية ، جمعية الدعوة الإسلامية العالمية فى ليبيا ، المنظمة الإسلامية للثقافة والعلوم (الإيسيسكو) فى المغرب وغيرها .

ثانياً : قناة فضائية إسلامية تبث باللغات المختلفة ويكون خطابها إسلامياً عاماً بعيداً عن التعصب لمذهب بذاته أو توجه سياسى معين . وهذا يقتضى أن تكون مثل هذه القناة متحررة من قيد الانتماء

السياسى والتعصب المذهبى والتعقيـــد الإدارى . فمـــازالت تجربـــة التليفزيون الإسلامى Islam Vision تثير من الشجون أكثر مما تثير من الآمال . لأن غياب الإرادة السياسية ــ وليـــس التمويـــل ــ مـــازال يحول دون ترجمة هذه الفكرة إلى واقع معاش . وقـــد تناولنـــا ذلـــك بتفصيل أكبر فى موقع آخر من هذا الكتاب .

تخطيط الحملات الإعلامية

الحملة الإعلامية هى فن استخدام فنـــون الإعـــلام والاتصـــال المختلفة لتحقيق أهداف محددة .. وبتعبير آخر هـــى فـــن توظيـــف مجموعة فنون الإعلام والاتصال فى إطـــار منظـــم محـــدد الـــهدف أو الأهداف خاضع لخطة تحدد فيها :

- **الأهـــداف .**
- **الوسائـــل .**
- **الجمهور .**
- **الأدوات .**
- **الأدوار .**
- **المدى الزمنى .**

وفى هذا الإطار وفى ظل هذه الخطة يتحقق أفضـــل اســـتخدام للوسائل الإعلامية والاتصالية المختلفة لتحقيق أهداف الحملة التى قـــد تكون حملة كلية أى شاملة أو جزئية ، أى تتصل بقضية وطنية عامة أو قضية فرعية . وقد يكون تنظيم الحملة سابقاً للقضية التى تـــدور حولها الحملة وتمهيداً لها وقد تكون مواكبة لها وقد تكون لاحقة لها . وقد تشمل المراحل الثلاث .

فقد يكون هدف الحملة تحضير الرأى العام المحلى لتلقى وتقبل تغييرات سياسية أو اقتصادية معينة قبل الإقدام عليها تحسباً أو استباقاً للآثار وردود الفعل السلبية ، أو لتحضير الرأى العام العالمى لتحوك عسكرى أو سياسى يحتمل أن يثير اعتراضات أو ردود فعل سلبية كما حدث عند تحضير الولايات المتحدة لضرب أفغانستان فى أعقاب أحداث الحادى عشر من سبتمبر عام ٢٠٠١م .

وقد يكون هدف الحملة مزدوجاً يشمل تلافى الآثار السلبية وضمان كسب التأييد كما تفعل إسرائيل وهى تمارس عدوانها على الشعب الفلسطينى إذ تحاول شغل الرأى العام العالمى بقضايا جانبية وتعمل على تحقيق ذلك من خلال السيطرة الصهيونية على الكثير من وسائل الإعلام الغربية . ومن ثم فإن الأعمال العدوانية التى تقوم بها إسرائيل تكون مقرونة دائماً بحملات إعلامية ودعائية هدفها تضليل الرأى العام وكسبه إلى صف عدوانها وضد الحقوق العربية ، وهو ما نجحت فيه بصفة عامة وداخل الولايات المتحدة بصفة خاصة حيث يتم من خلال الكونجرس ووسائل الإعلام والأعضاء المؤثرين فى الإدارة الأمريكية وقطاعات عريضة من الرأى العام دفع الإدارة الأمريكية لتبنى كل ممارسات إسرائيل الإجرامية والدفاع عن ادعاءاتها الكاذبة .

وقد تكون الحملة لاحقة لحدث مصنوع أو طارئ ويكون الـهدف منها امتصاص الغضب من قبل الرأى العـام المحلـى أو العـالمى وصرف انتباهه تجاه قضايا أخرى أقل أهمية .

وقد تشمل الحملات المراحل الثلاث ويتم فى هذه الحالة تحديـد أهداف جزئية ومرحلية تتمشـى مـع وتخـدم الأهـداف السياسـية أو الاقتصادية التى تخدمها الحملة الإعلامية .

وظائف متعددة

وتشمل وظائف الحملة الإعلامية ما يلى :

— تعبئة أو توجيه الرأى العام فى اتجاه سياسة معينة أو تبنـى نـهج أو فكرة معينة أو دفعه لاتخاذ رأى أو موقف ضـد هـذه السياسـة أو النهج أو الفكرة .

— تعديل سلوكيات الرأى العام بصفة عامة أو معالجة مشكلة معينـة كلية أو جزئية .

— المشاركة فى التحضير للتغيرات الهامة والتحـولات الاقتصاديـة والسياسية والاجتماعية .

— التصدى للمفاهيم الخاطئة والعمل على تغييرها واستبدالها .

أنواع الحملات

وهناك نوعان من الحملات الإعلامية :

ـ حملات إعلامية مخططة تستهدف تحقيق أهداف مقـــررة ومتفــق عليها على مستوى سياسى أو اقتصادى أو اجتماعى معين ، وترتبــط بسياسات الدولة وقد ترتبط بسياسات وتوجهات الأجـــهزة الإعلاميـــة المختلفة . وهذه قد تكون دائمة وقد تكـــون موســـمية وقــد تكـــون متكررة .

ـ حملات صدفة تخلقـــها أو تفرضـــها أحـــداث أو وقـــائع معينـــة أو ظروف طارئة تدعو بالضرورة إلى التعامل مع الرأى العام بهدف التوجيه أو التوعية .

عناصر الحملة

للحملة الإعلامية عناصر عدة :

ـ **موضوع الحملة** : ويكون إما قضية تشغل الرأى العـــام أو تمـــس مصالحه أو يكون مطلوباً إثارة اهتمام الرأى العام بها .

– **هدف الحملة** : وقد يكون هدفاً واحداً أو مجموعة من الأهـــداف . وقد يكون تكوين موقف التعاطف أو العداء حسب موضوع الحملة .

– **جمهور الحملة** : ويتحدد هذا الجمهور حسب طبيعة الحملة ومـدى شمولها . وحسب الوسائل الإعلامية المستخدمة وجمهور كـــل منـــها وتأثيرها فى هذا الجمهور .

كيف تنجح الحملة ؟

ونجاح الحملة الإعلامية يقتضى توافر عناصر عديـــدة يــؤدى غياب أى منها إلى الحد من إمكان نجاح الحملة وقد يـــؤدى غيـــاب كثير منها إلى فشل الحملة فى تحقيق أهدافها .. وأهم هذه العناصر :

– تحديد الهدف أو المشكلة بأقصى قدر من الوضوح والدقة .
– وضع خطة متكاملة تحدد المهام بدقة والوسائل المستخدمة .
– توفير كافة المعلومات الصحيحة المتعلقـــة بالقضيـــة أو المشـــكلة موضوع الحملة .
– حسن اختيار الأساليب والمواد المستخدمة حتـــى تكـــون مناســـبة لأوسع قطاعات الجماهير .

ــ التدرج فى تقديم الحملة وتحديد الجرعات المطلوب توصيلها من الرسالة الإعلامية حسب اختلاف الوسائل وأهمية القضية وأنواع الجماهير .

ــ المتابعة المستمرة للحملة وهو ما يسمى بالاستمرار .

ــ الانسجام بين كل عناصر الحملة وبين وسائل تنفيذها .

ــ التقويم المستمر لمدى نجاح الحملة وتعديل مسارها إذا اقتضت الحاجة من خلال تلمس الإيجابيات ، والتركيز على زيادتها ، ومعرفة السلبيات والعمل على القضاء عليها أو الحد منها .

ــ تنويع الأساليب المستخدمة فى صياغة وتقديم الحملة وتوصيل الرسائل الإعلامية المطلوب توصيلها للجمهور .

ــ توفير التمويل الكافى واللازم للإنفاق على الحملة فى جميع المراحل .

بين الإعلام والدعاية

هناك فروق ينبغى العلم بها فيما يخص الحملات الإعلامية والحملات الدعائية :

ــ فالحملات الإعلامية تقوم على الحقائق الموضوعية والمعلومات والأرقام .. بينما الحملات الدعائية تخلط بين كل هذه العوامل وبين الأكاذيب .

ـ والحملات الإعلامية فى الأغلب تخاطب العقل بينمـــا الحمـــلات الدعائية تخاطب العواطف في المقام الأول وتحـــاول أن تلغـــى دور العقل وتتعمد التهييج .

ـ والحملات الإعلامية تخاطب الفرد فى جانب كبير منـــها ، بينمـــا تستغل الحملات الدعائية العقلية الجمعية ، أى عقليـــة القطيـــع التـــى لا تسمح بإعمال العقل والرجوع إليه والاحتكام إلى المنطق .

ـ والحملات الإعلامية قد تضع اختيارات متعددة ، بينما الحمـــلات الدعائية لا تدع إلا اختياراً واحداً هو الاختيار المقـــرر مـــن الجهـــة المنظمة للحملة .

ـ والحملات الإعلامية تخاطب المشاعر النبيلة لدى الجمهور بينمـــا لا تبالى الحملات الدعائية بأى نوع من الغرائز أو النوازع البشـــرية تتعامل معها مادام ذلك يوصلها إلى تحقيق أهدافها .

حاجتنا لحملات إعلامية

والأمة العربية والإسلامية فى هذه المرحلة بحاجة شـــديدة إلـــى أكثر من حملة إعلامية . بل بحاجة إلى جهد إعلامى شامل ومنســـق ومستمر لمواجهة حملات الكراهية والتضليل التى تحـــرض عليـــها وتغذيها الصهيونية العالمية والمؤسسات الغربية المؤيدة أو الخاضعـــة

لها والتى تقف بقوة وراء العدوان الإسرائيلى الغاشم على الشعب الفلسطينى وعلى المقدسات الإسلامية والمسيحية على حد سواء .

الأمة الإسلامية بحاجة لمواجهة حملات تشويه صورة الإسلام والمسلمين فى الغرب ومحاولات وصم الإسلام بأنه دين دموى يحث على الإرهاب واتهام المسلمين بأنهم إرهابيون مما يمهد لكسب تعاطف الرأى العام مع الممارسات الإرهابية الصهيونية ، وتقبل العدوان الأمريكى الذى تعيش الشعوب الإسلامية تحت التهديد به بدعوى محاربة الإرهاب واستهداف النظم والدول الراعية للإرهاب والتى تسعى للحصول على أسلحة الدمار الشامل .

الأمة الإسلامية بحاجة إلى كشف زيف هذه الادعاءات وفضح سياسة الكيل بمكيالين فى السياسة الدولية واتخاذ شعار مكافحة الإرهاب ستاراً لضرب الدول الإسلامية .

آن الأوان لكى تحزم الأمة الإسلامية أمرها وأن تنسق جهودها وأن تعمل أجهزتها الإعلامية فى إطار منظومة متكاملة لا تتجاهل الاختلافات والتمايزات المحلية ولكنها تركز على نقاط الاتفاق والمصالح المشتركة ، ليس للمسلمين وحدهم بل للعالم كله .

وعلى حكومات الدول العربية والإسلامية أن تسعى إلى تفعيل الأجهزة المشتركة والآليات الإعلامية والاتفاقات الموقعة بينها والتى مازالت فى الغالب حبراً على ورق .

التمويل والإرادة السياسية وقضايا الأمة

تعرضنا من قبل فى إشارة سريعة إلى قضية التمويل باعتبارها قضية حيوية يتوقف عليها نجاح العمل الإعلامى . فبالمال نستطيع امتلاك وسائل الإعلام المحلية وتزويدها بالتكنولوجيا المتقدمة والأفراد الأكفاء اللازمين من مختلف التخصصات . وبالمال نستطيع أن ننشئ جسوراً إعلامية مع الآخر إما بامتلاك الوسائل الإعلامية فى الخارج أو بشراء المساحات الإعلانية فى الصحف والمجلات أو الأوقات فى الإذاعات والقنوات التليفزيونية ، أو عقد المؤتمرات والندوات أو استضافة الإعلاميين وإتاحة الفرصة لهم للتعرف على الصورة الحقيقية للإسلام والمسلمين ، وسعى الشعوب الإسلامية للارتقاء بأحوالها وإقامة علاقات من التعاون المثمر مع غيرها من الشعوب ، أو بكل هذه الوسائل فى وقت واحد .

ومعاناة الإعلام الإسلامى من نقص الإمكانات المادية لا ترجع فقط إلى فقر البلاد الإسلامية وخاصة عندما يتعلق الأمر بالدفاع عن الإسلام فى مواجهة حملات الكراهية التى تستهدفه خصوصاً فى الغرب ، وإنما هى ترجع فى المقام الأول لغياب الإرادة السياسية الواحدة . وليس أدل على ذلك من أن وزراء الدول الإسلامية اتفقوا

منذ أوائل التسعينيات من القرن الماضى على إنشـاء قنـاة فضائيـة إسلامية باسم " إسلام فيزيون " " Islam Vision " وحتـى الآن لـم يظهر لهذه القناة الإسلامية أى أثر ، فى الوقت الـذى شـهدت فيـه السنوات العشر الأخـيرة انطـلاق عشـرات القنـوات الأرضيـة والفضائية الحكومية والخاصة . ولم تصب هذه القنـوات فـى تيـار الدفاع عن الإسلام وتنقية صورته من التشوهات التى أصابتها بسـبب حملات الكراهية الموجهة ضده ، وبسبب أخطاء بعض الحكومـات الإسلامية وسوء تصـرف بعـض الأفـراد والجماعـات المنتسـبة للإسلام .

تداعيات ١١ سبتمبر

وفى محاولة للدفاع عن العرب والمسلمين بعد أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١م دعا عمرو موسى أمين عام جامعة الدول العربية عدداً مـن المفكرين والمثقفين العرب . وشكل منهم فريق عمل للحوار والدفـاع عن قضايا العرب والمسلمين . وتقـرر اختيـار الدكتـورة حنـان عشراوى ــ الوزيرة الفلسطينية السابقة ــ متحدثـة رسـمية باسـم الجامعة العربية .

ولكن العمل لم يحقق تقدماً يذكر . فلم نسمع عن حملة منظمـة تدافع عن هذه القضايا . ولم نشهد أى تغير بأى درجة فى المواقـف

الأمريكية والبريطانية المؤيدة تأييداً مطلقاً للسياسات الإرهابية التى تتبعها إسرائيل ضد الشعب الفلسطينى . ولم نر انخفاضاً فى حدة مواقف العنف والغضب والكراهية فى الغرب ضد العرب والمسلمين والإسلام .

وآخر ما قرأناه فى محاولة الدفاع عن القضايا العربية والإسلامية أن اللجنة الدائمة للإعلام العربى بجامعة الدول العربية تدرس إنشاء قناة فضائية تهدف لجمع الشمل العربى ، وتوحيد المواقف من خلال البرامج السياسية والاقتصادية التى تقوم بتقديمها ، وأن هذا المشروع قد جاء بعد أن تبين للجنة الإعلام بجامعة الدول العربية تباين المواقف العربية من خلال شاشات القنوات الفضائية العربية . وأن بعض البرامج التى تقدمها هذه القنوات تؤدى إلى تفكك الشمل العربى وزيادة الاختلاف بين الدول العربية .

وتقول الصحيفة التى نشرت الخبر (١) إنه بعد أن تتم دراسة المشروع دراسة نهائية يتم وضع التصور الكامل له من حيث الميزانيات المطلوبة لإنشاء القناة الفضائية العربية ، وأيضاً أسلوب إدارتها والبرامج التى سيتم تقديمها ، وإن كان الرأى يتجه إلى أن تقوم القناة بتقديم برامج سياسية واقتصادية يشترك فيها أبناء جميع الدول العربية .

---

(١) صحيفة العالم اليوم عدد السبت ٨ يونية ٢٠٠٢م الصفحة الأخيرة .

وعن الخطوات التنفيذية يقول الخبر إن الدراسة التى ستجريها اللجنة سوف تقدم إلى عمرو موسى أمين عام جامعة الدول العربية لكى يتم عرض المشروع على وزراء الإعلام العرب فى اجتماعهم القادم لإقراره (١) . وفى حالة موافقة الوزراء على المشروع سيبدأ إعداد الميزانية اللازمة للقناة وإعداد البرامج حتى يتم البدء فى البث التجريبى للقناة .

التمويل والإرادة السياسية

وليس لنا من تعليق على هذا المشروع سوى أن نتمنى أولاً أن تجتمع الإرادة السياسية للدول العربية لكى تقوم القناة أولاً .

ثم نتمنى أن تستمر هذه الإرادة السياسية وأن تعبر عن نفسها فى توفير التمويل اللازم ، كذلك فى تجاوز الخلافات السياسية فى اختيار إدارة القناة وتحديد برامجها . وإذا جاز لنا أن نقترح أمراً فى هذا الشأن فهو أن ينشأ صندوق خاص لهذه القناة يكون مستقلاً عن الجهاز الإدارى البيروقراطى للجامعة ، أو أن تعهد الجامعة لشركة خاصة بإنشاء وإدارة هذه القناة ، على أن تتولى الجامعة وضع سياساتها وتمويلها . المهم هو ألا يكون مصير " Arab Vision " هو نفس مصير Islam Vision .

(١) عقد الاجتماع يوم الأربعاء ١٩ يونية ٢٠٠٢م بالقاهرة .

والذى يدعونا لإبداء التخوف إزاء هذا الجهد الضرورى للدفاع عن قضايا الإسلام والعرب والمسلمين هو ما نلمسه من قصور وتقصير فى هذا الشأن . ففى أحد البرامج التليفزيونية السياسية والاقتصادية بالتليفزيون المصرى وردت معلومة لا يمكن أن يغفلها الإنسان أو يمر عليها مرور الكرام . فقد جاءت على لسان رجل مسئول هو عبد الرءوف الريدى سفير مصر السابق فى واشنطن وفى سياق الحديث عن الجهود التى تبذل والتى يجب أن تبذل لكسب الشعب الأمريكى والرأى العام الغربى بصفة عامة ، ومن ثم التأثير على مراكز صنع القرار فى الدول الغربية مما يؤدى أو يفترض أن يؤدى إلى تعديل مواقف واتجاهات وقرارات حكومات هذه الدول تجاه الحكومات العربية وقضية السلام فى الشرق الأوسط .

تقول المعلومة إن العرب فشلوا فى جمع مبلغ عشرين مليون دولار لتمويل حملة إعلام وعلاقات عامة فى الغرب بينما أنفقت إسرائيل والمنظمات والمؤسسات الداعمة لها ما يجاوز ثمانمائة مليون دولار لتمويل حملة الإعلام والعلاقات العامة التى نفذتها خلال الفترة الماضية ، والتى نجحت من خلالها فى تسويق عدوانها البشع على الشعب الفلسطينى وتقديم هذا العدوان على أنه دفاع عن النفس بينما تم تصوير عمليات المقاومة المشروعة التى يقوم بها أفراد الشعب الفلسطينى على أنها إرهاب . ووصل التأثير الناجح لهذه

الحملة حد محاولة الإدارة الأمريكية الحصول من الرموز الدينية فى مصر والسعودية بصفة خاصة على إدانة للعمليات الاستشهادية ، وكذلك حد وصف الرئيس الأمريكى جورج بوش للجنرال الدموى آرييل شارون رئيس وزراء إسرائيل بأنه رجل سلام ، بينما أعلن الرئيس الأمريكى نفسه أن الرئيس الفلسطينى ياسر عرفات الذى يمثل إرادة الشعب الفلسطينى لم يحصل على ثقته ولم يقم بما يجب عليه لمكافحة الإرهاب .

هذه المعلومة لابد أن تدفع دماء الخجل إلى وجوهنا . فما أكثر المليارات العربية التى تدفع فى صفقات أسلحة تترك حتى يعلوها الصدأ ، ثم تنفق مليارات أخرى ــ بالعشرات ــ لتحديث هذه الأسلحة وعشرات المليارات الأخرى لشراء صفقات جديدة من أسلحة لا تستخدم سواء بسبب القيود المفروضة على استخدامها أو بسبب العجز عملياً عن استخدامها . وما أكثر مليارات الدولارات التى تنفق من أجل استهلاك ترفى ومظهرى يصب فى صالح الشركات الصناعية الغربية التى تخصص أجزاء من ميزانياتها لتمويل إسرائيل بشكل مباشر أو غير مباشر . وما أكثر المليارات التى تنفق على قنوات فضائية يفترض أنها لا تعبر فقط عن واقع المجتمعات العربية المسلمة بل واجبها أن تأخذ بيد هذه المجتمعات على طريق النهضة والوحدة . ولا نعنى ــ بالطبع ــ وحدة القرار لأنها فى حكم المستحيل ، بل نعنى كحد أدنى وحدة المشاعر ووحدة الأمل فى

المستقبل والعمل الشعبى لتحقيق هذا الأمل . ولكن هــذه الفضائيــات تحولت إلى تكرار ممسوخ وتقليد أعمى لما تقدمه الفضائيات الغربيــة شكلاً ومضموناً . بل تحول بعضها إلى منابر يتم من خلالــــها بـــث الفرقة وتغذية روح المحلية الضيقة مما أثار الغضب والنفــور لـــدى الشعوب والمثقفين والحكام على حد سواء . بل إن بعض هذه القنوات هى محل شبهة أو اتهام بأنها تعمل لصالح إسرائيل وضد المصــــالح والحقوق العربية المشروعة .

لقد أكدت تداعيات أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١م وجود حالة مـــن الكراهية فى كثير من الأوساط السياسية والفكرية والثقافية فى الغرب تجاه الإسلام والعرب والمسلمين بسبب حساسيات قديمة وتراكمـــات من سوء الفهم . وأكدت أن ثمة محاولات مستمرة مـــن الصهيونيــة العالمية لإذكاء هذه الكراهية وإشعال الفتنة بين المسلمين والشـــعوب الغربية المسيحية . لكن هذه التداعيات أكدت فى ذات الوقت أن ثمـــة فرصة تاريخية وضرورة تاريخية أيضاً لأن يعيد العرب والمســلمون تقديم أنفسهم وتقديم دينهم للغرب ولبقية العالم مـــن خـــلال خطـــاب عصرى متفتح قائم على العقل مستند إلى الحقائق والأرقـــام متســم بروح التسامح والاعتدال التى هى أساس فى الدعوة إلى الله انطلاقـــاً من قول الله سبحانه وتعـــالى : **﴿ ادع إلـــى ســـبيل ربــك بالحكمــة والموعظة الحسنة وجادلهم بالتى هى أحسن ﴾** [1] .

(١) النحل : ١٢٥ .

وقوله عز وجل : ﴿ **ولا تجادلوا أهل الكتاب إلا بالتى هى أحسن** ﴾ [1] .

ويتعين علينا ألا ننطلق فى محاولة مخاطبة العقل الغربى من افتراضات خاطئة مثل افتراض أن الغرب واحد والعقل الغربى واحد . فهذا افتراض غير صحيح . فثمة طيف واسع داخل كل بلد غربى وتنوع كبير بين البلاد والشعوب الغربية . ومثل افتراض أن الجميع يكرهون الإسلام والعرب والمسلمين فهذا أيضاً افتراض خاطئ فإن تاريخ هذه الشعوب وثقافاتها مختلفة ومن ثم فليس الجميع فى حالة كراهية . وليست الكراهية الموجودة بنفس الدرجة ولنفس الأسباب فى البلاد المختلفة . ومثل افتراض استحالة التغيير . ولنأخذ مثلاً من أعدائنا . لقد كانت صورة اليهودى فى الآداب الأوروبية هى صورة المرابى والمتآمر والمخادع والخائن . ولكن هذه الصورة تغيرت بالإلحاح الإعلامى ، إلى جانب امتلاك اليهود لوسائل التأثير الأخرى فى المجتمعات من سياسية واقتصادية وفكرية .

إن كسب الشارع الأمريكى والغربى بصفة عامة ليس ترفاً ولكنه ضرورة . والعمل على تحقيق هذا الهدف ليس مسئولية الحكام وحدهم ولكنه مسئولية كل منظمات ومؤسسات المجتمعات العربية

---

(١) العنكبوت : ٤٦ .

والإسلامية من سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية وخيرية . وهذا التأثير المطلوب لن يتم عبر البوابات الرسمية وحدها .

فالإدارة الأمريكية لا تملك إصدار قرار بتغيير توجهات الشارع الأمريكى ، بل الشارع الأمريكى ومصالحه هى التى تفوض على الإدارة ما تتبعه من سياسات وما تصدره من قرارات . ومعركتنا مع إسرائيل ليست على أرض فلسطين فقط ولكنها فى الشارع الأمريكى خاصة والغربى عامة وفى مراكز صنع القرار فى هذه البلاد . وإسرائيل قبل أن تكسب معاركها على أرض فلسطين فإنها تكسبها فى مبانى الكابيتول والبنتاجون والبيت الأبيض . وعلينا أن ننفق بلا تقتير وعلينا أن نحاول وألا نيأس . فلا حياة مع اليأس ولا يأس مع الحياة .

دور الإعلام
فى طرح قضايا الخطاب الدينى

لعل أول ما يتبادر إلى الذهن عند طرح تطوير الخطاب الدينـــى أن يتجه البصر والسمع والاهتمام إلـــى وزارة الأوقـــاف باعتبارهـــا مسئولة عن المساجد ، وعن الدعوة الدينية . وعن الأئمة والخطبـــاء وهذا أمر طبيعى . ويتجه أيضاً البصر والسمع والاهتمام إلى مؤسسة الأزهر بمعاهدها المنتشرة فى كل المدن والقرى وبكلياتها التى تنتشر فى كل المحافظات وهذا أمر طبيعى . ولكن هذا كله ليس إلا جـــزءاً من الصورة ، وتحميل وزارة الأوقاف أو الأزهر مسئولية الدعوة هو وقوف بالدعوة عند حد الدرس الدينى أو خطبة الجمعة وهذا ابتســـار لقضية الدعوة وتفريغ لها من كونها نشـــاطاً فكريـــاً عامـــاً تتحمـــل مسئوليته كل أجهزة الدولة إلى إلقاء العبء على عاتق مؤسستين فقـط هما وزارة الأوقاف والأزهر الشريف . بينمـــا نتجـــاهل فـــى هـــذا الطرح الأثر الأكبر والخطر الأعظم الذى يتحقق من خلال التعـــامل الإعلامى الخاطئ والذى يمكن أن ينسف كل الجـــهود التـــى يبذلـــها الأزهر ووزارة الأوقاف .

ولعلى أضرب هنا مثلاً شغل الجميع مثقفين وعامة وهو قصـــة الحاج متولى وزوجاته الأربع . فبسبب طرح خاطئ فـــى مسلســـل

درامى تليفزيونى انشغل الجميع بقضيــــة تعـــدد الزوجـــات وهبـــت مؤسسات وجمعيات المرأة والمجلس القومى للمرأة تدافع عن حقـــوق المرأة المسلمة . وهذا كله جاء بسبب طرح خـــاطئ لرخصـــة فـــى الإسلام لها ضوابطها التى استقرت من خلال مناقشات عبر قـــرون طويلة بين العلماء . بل إن الأمر وضع الإسلام نفسه فى حالة دفاع ، فهل الإسلام ظلم المرأة ؟ وهل التعدد يظلم المرأة ؟ حتى إن البعــض ذهب إلى أن هناك نية أو دراسة لإصدار قانون أو مطالبة بــــإصدار قانون يجرم تعدد الزوجات . فهذا الطرح الخاطئ فى مسلسل درامـــى فى التليفزيون ألغى بجرة قلم جهوداً كبيرة تبذل لتوضيح حكم الإسلام فى قضايا متعددة تتعلـــق ببنـــاء الأســـرة والعلاقـــة بيـــن الأزواج والزوجات .

الذى أريد أن أقوله إن المسئولية ليســت فقــط مســئولية وزارة الأوقـــاف والأزهـــر وإن كـــان بـــالطبع مطلوبـــاً ومنتظـــراً مـــن معالى وزير الأوقاف أن تتحول مناقشات هذه الندوة (١) إلى توصيات بعضها يدخل فى نطاق مسئوليات وعمل وزارة الأوقاف والأزهـــر ، والمسئولون فيهما منوط بهم أن ينفذوا هذه التوصيات . وتوصيـــات أخرى ينبغى أن توجه إلى الجهات المعنية لإكمال دور الأزهر ودور وزارة الأوقاف .

(١) ندوة عقدتها وزارة الأوقاف وحضرها رؤساء ومقررو لجان المجلس الأعلى للشــئون الإسلامية لبحث قضية تحديث الخطاب الدينى .

عندما نتحدث عن تطوير الخطاب الديني نتحدث عن خطاب لا يتوجه إلى فئة محددة من البشر ولا عن مرحلة عمرية معينة ولا عن قطاع ثقافي معين . وإنما نتحدث عن خطاب موجه إلى كل المواطنين داخل مصر وإلى كل من نستطيع أن نصل إليهم من الجماهير خارج مصر في البلاد الإسلامية وغير الإسلامية ، خاصة وأن الإسلام الآن يواجه بحرب ضارية حتى وإن أنكر الذين يشنون هذه الحرب الضارية ضد المسلمين أن هناك استهدافا للإسلام .

وبصرف النظر عن التصريحات الوردية والكلمات التي تقال ، فإن ما يجري الآن على أرض الواقع أن البلاد الإسلامية هي المستهدفة بالعقاب على عمليات قام بها أفراد أو منظمات أو جماعات لا يستطيع أحد أن يؤيد أو يصمت على ما ارتكبوه من أعمال . لكن القضية اختلطت والأمر أكبر من مجرد تجديد الخطاب الذي نتحدث عنه والموجه للداخل وللخارج أيضا .

هذا الخطاب ليس موجها إلى جهة أو فئة معينة ولا نستطيع أن نحصره في خطبة الجمعة ولا في المطبوعات التي تصدر عن وزارة الأوقاف موجهة إلى خطبائها وأئمتها . وإنما هناك مسئوليات تبدأ مع المدرسة فمناهج التربية الدينية في المدارس بحاجة إلى إعادة نظر . والمدرسون الذين يقومون بتدريس المناهج الدينية بحاجة إلى إعادة تأهيل وإعداد وتوجيه ، والعلاقة بين أستاذ التربية الدينية والطلاب في جميع مراحل التعليم بحاجة إلى إعادة نظر .

التربيـــة الدينيـــة

والملاحظ أن الجرعة التى يتلقاها التلاميذ من التربيـــة الدينيـــة تتناقص تدريجياً من الابتدائى إلى الإعدادى إلـــى الثـــانوى وتنعـــدم تماماً فى الجامعات . وليس هناك مقرر للثقافة الدينية فى الجامعـــات المصرية . ولسنا نعنى بتدريس الثقافة الإســـلامية فـــى الجامعـــات المصرية أن نتحدث فى قضايا الفقه والحـــلال والحـــرام والحيـــض والنفاس وغيرها من القضايا التى يمكـــن أن يتعلمـــها الطلبـــة فـــى المراحل الأولى . ولكن لابد أن يتخرج الطالب الجامعى ولديه فكـــرة عن تعامل الإسلام مع القضايا المختلفة ، والقيم السياسية والاقتصادية والاجتماعية فى الإسلام مثل قضايا الحرية والعدل والمساواة والإخاء الإنسانى وقضايا الشورى ومثل هذه القضايا التى يدّعون أن الإســـلام لا يعطى فيها للإنسان حقه ، مع أنها كلها موجودة فى الإسلام .

وبعض خريجى الكليات العملية بجامعة الأزهر لم يتأهلوا بدرجة كافية وبقدر كاف من المعرفة فى هذه القضايا بحيث يســـتطيعون أن يكونوا دعاة . فالداعية ليس هو فقط الإمام أو الخطيب على المنـــبر وإنما كل إنسان مسلم عالم فى تخصص من التخصصـــات لابـــد أن يكون لديه دراية بالقضايا المختلفة وبتعامل الإسلام وعلاج الإســـلام لما يتعلق بتخصصه . فحتى فى علوم الهندسة هناك رؤية إســـلامية

فى تصميم المبنى وكذلك الأمر فى الطب والصيدلة وفى أشياء كثيرة يتخرج أبناؤنا من الجامعات ولا يعرفونها .

ازدواجية ثقافية

وإذا انتقلنا من التعليم إلى جهازى الإعلام والثقافة فقد سبق أن تحدثنا عن أن هناك فى مصر ازدواجية فى مرجعية الثقافة وازدواجية فى الوسط الثقافى بحيث يشعر الإنسان أنه أمام ثقافتين : ثقافة مرجعيتها القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة والتى يمثلها التيار الإسلامى ويقود حركتها الأزهر والمجلس الأعلى للشئون الإسلامية . وثقافة أخرى تكاد تكون مغايرة تماماً تتمثل فى الأجهزة والمؤسسات الثقافية التى تضع أيديها على مقاليد ومفاتيح النشاط الثقافى والتى تتمتع بإمكانيات أكبر كثيراً مما تتمتع به المؤسسات ذات التوجه الإسلامى .

يبقى الجانب الأكبر فى توصيل عملية الدعوة إلى الناس وهو الجانب الإعلامى . فنحن نتحدث إلى مجتمعنا فى الداخل الذى تبلغ نسبة الأمية فيه ما يقرب من أربعين فى المائة وفى أقل التقديرات ثلاثين فى المائة أى ما يقرب من عشرين مليون أمىّ . هؤلاء ثقافتهم الأساسية يستمدونها من التليفزيون ومن الراديو .

البرامج الدينيـــة

فإذا نظرنا إلى البرامج الدينية وخاصة القنوات التليفزيونية نجـد أنها تعانى معاناة شديدة من مشكلات عديدة :

المشكلة الأولـــى : نقص عدد ساعات الإرسال الإجمالية .

والمشكلة الثانية : أنها لا تتمتع بنفس الإمكانيات المتاحـــة للـــبرامج الأخرى ، ونعنى الإمكانيات المادية .

والمشكلة الثالثة : أنها تبث فى أوقات ميتة ولا تبث فى فترة الـذروة من الإقبال على المشاهدة وبالتالى فنسبة مشاهدتها ضعيفة وضئيلة .

والمشكلة الرابعة : أنها تعانى من التكرار الشديد الممل فى الوجـــوه والأشخاص والأساليب على جميع القنوات ممـــا أصـــاب الجمـــهور بالملل فهو فى حاجة إلى التغيير والتجديـــد . فـــإذا كـــانت الأنديـــة الرياضية تكتشف نجوماً جدداً كل عام وإذا كان الوسط الفنـــى يقـدم نجوماً جدداً بشكل مستمر فلماذا لا نكتشف من بين الأئمة والدعاة فى جامعة الأزهر ووزارة الأوقاف دعاة وأساتذة جدداً تفتح لهم الأبـواب وتتاح لهم الفرص ؟ ويبقى أن الناس يلتفون حول ما يجذب قلوبـــهم ومشاعرهم . فلماذا لا نفتح قنواتنـــا الأرضيـــة والفضائيـــة لـــلآراء المتعددة داخل إطار المصلحة العامة للدين والمجتمع والسياسة العامـة التى نحن جزء منها ولنا دور فيها ؟ لمـــاذا لا تفتـــح الأبـــواب فـــى

التليفزيون والإذاعة لكل الآراء ، ويبقى أن الرأى الصحيح والصادق الذى يعبر عن مصالح الأمة وعن مشاعر الناس هو الذى يجتذب الجماهير ؟

أيضاً فإن توصيل المعلومة الدينية أو الفكرة الدينية لا يكون فقط من خلال البرامج الدينية المباشرة ولكن من خلال الرؤية الإسلامية الأعم التى تتجاوز قضايا الحلال والحرام وتصل إلى بناء الأمة وبناء الدولة والنهوض بها . هذه قضايا يجب أن يكون لها مساحة فى البرامج المختلفة ولابد أن يكون الرأى الإسلامى موجوداً فى البرامج السياسية والاقتصادية لأن الإسلام له علاج وله حكم فى هذه القضايا وينظم هذه المسائل .

ويتبقى أن البرامج مهما كانت نوعياتها وأشكالها وأسماء المتحدثين فيها فإن الناس تتجاوب معها ولا تتأثر بها بقدر ما تتأثر بالأعمال الدرامية التى تتوفر لها كافة عوامل الجذب والتشويق والإبهار . ولنا أن نتخيل برنامجاً تليفزيونياً كم يتكلف ــ لو كانت مدته ساعة ــ ويبث على مدار عام لا يتكلف أكثر من ٣٠٠ ألف أو ٤٠٠ ألف جنيه بينما مسلسل واحد يتكلف ما بين ثلاثة وسبعة ملايين جنيه ويختار له أقدر الكتّاب والمخرجين وتنفق عليه الملايين فإما أن نصل إلى تأثير جيد أو تأثير سلبى . وقد ضربت مثلاً بمسلسل شغل الناس ومازال يشغلهم بسبب طرح خاطئ لرخصة موجودة فى الإسلام .

إن العبء يجب ألا يلقى فقط على الأزهر والأوقاف وجامعة الأزهر فقط كما سبق أن أوضحت . وكل الذين سبقونى أصلوا للقضية التى نحن بصددها من كافة الجوانب وإنما أردت أن أطرح وجهة نظرى من خلال العمل الصحفى ومن خلال تجربة فى العمل التليفزيونى شاركت من خلالها فى كثير من البرامج التليفزيونية وشاركت فى إنشاء قناة فضائية إسلامية . وأتمنى أن أرى فضائية إسلامية صادرة من مصر أو على الأقل أرى القناتين اللتين يفترض فيهما أن تخدما الفكر الإسلامى وهما القناة الثقافية ، وقناة التنوير ، وهما تقدمان ما يشبع الرغبة فى الاستنارة الدينية وما يخدم الخطاب الدينى .

الثقافة الدينية للإعلاميين

الدراسات الإعلامية من الدراسات المتميزة التي تجمع بين الدراسة المتعمقة لمواد التخصص في الفروع الأساسية لهذه الدراسات وهي الصحافة ، والإذاعة والتليفزيون ، والعلاقات العامة وبين دراسة مجموعة كبيرة من العلوم التي تشمل اللغات المختلفة وعلوم النفس والاجتماع والقانون والجغرافيا السياسية والإحصاء وغيرها والتي تؤهل دارسيها للعمل في مجالات التخصص المختلفة وذلك فضلاً عن استفادة هذه الدراسات وكذلك الممارسة الإعلامية بكل منجزات علوم الفيزياء والهندسة والفضاء وغيرها .

غير أن العمل الإعلامي ليس مقصوراً على خريجي كليات وأقسام الإعلام المختلفة ، بل هو مفتوح للمتخرجين من كل الكليات والمعاهد والأقسام . وأحياناً يتوافق العمل مع التخصص كأن يعمل خريج كلية الحقوق في القسم القضائي بالصحيفة أو يعمل خريج كلية العلوم أو الهندسة أو الطب في القسم العلمي ، أو يعمل خريج كلية الاقتصاد والعلوم السياسية في القسم الاقتصادي أو يعمل خريج كلية الشريعة أو كلية اللغة العربية بجامعة الأزهر في القسم الديني أو قسم التصحيح أو قسم المراجعة ، أو يعمل خريج كلية الألسن أو أحد أقسام اللغات بكلية الآداب في القسم الخارجي الذي يعتمد على

الترجمة ، أو يعمل خريج كلية الفنون فــي التصويـر أو الإخــراج الصحفى أو المطبعة .

وأحياناً أخرى لا تكون ثمة صلة بين الدراسة وبين العمل كـأن يعمل خريج كلية اللغة العربية فى القسم الاقتصادى أو خريـج كليـة الطب فى القسم الرياضى أو خريج كلية التجارة فى القسم الدينـى أو خريج كلية الهندسة فى القسم الفنى .

ذلك أن العمل فى الإعلام يتطلب للنجاح فيه ثلاثة عناصر هـى الموهبة والدراسة والخبرة المضافة . وفى كثير من الحـالات يتـم الاستغناء ببعض العناصر عن البعض الآخر .

غير أن الملاحظ أن مناهج الدراسة فى كليات الجامعـة وهـى تكتظ بالعديد من المواد سواء أكانت مواد تخصص أو مـواد للثقافـة العامة فإنها تكاد تخلو تماماً من أى منهج للثقافة الإسلامية رغم أهمية هذه الثقافة فى كل الأعمال وخاصة تلك التى تتعلق بتكوين وتوجيـه الرأى العام فى المجتمعات الإسلامية ، ورغم المطالبـات المتكـررة بإنشاء هذه الدراسات نظراً لما يلاحظ على خريجى الجامعـات مـن نقص فى الثقافة الدينية .

ومن هنا نجد أن ثمة ما يمكن أن نسميه الأميـة الدينيـة بيـن الإعلاميين . وهذا أمر يجب علاجه على المـدى الطويـل بإضافـة منهج للثقافة الدينية فى كليات وأقسام الإعلام حتى يكون خريجو هـذه الكليات والأقسام على معرفة ودراية بتعامل الإسـلام مـع مختلـف

القضايا والمشكلات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والفكرية خاصة فى هذه المرحلة التى صار فيها الإسلام والمسلمون هدفاً لحملات الكراهية التى تُشَنُّ عليهم من قِبَلِ الغرب والتى اشتد سعيرها بعد أحداث الحادى عشر من سبتمبر عام ٢٠٠١م .

وبالإضافة إلى هذه الدراسة التى يحتاج إقرارها إلى وقت طويل وجهد مكثف لإقناع القائمين على الجامعات بها فإن ثمة مجالاً مفتوحاً للتثقيف الدينى للإعلاميين . فهناك دورات تعقد فى مجالات متعددة : هناك ورش للإبداع الفنى والأدبى . وهناك دورات فى اللغات وأخرى فى الحاسب الآلى ، ودورات فى الاقتصاد وغيرها . بعض هذه الدورات يتم من خلال معهد الإذاعة والتليفزيون . والبعض الآخر عن طريق نقابة الصحفيين وبعض ثالث عن طريق المجلس الأعلى للصحافة . وثمة دورات تتم من خلال مراكز التدريب فى بعض المؤسسات الصحفية . ويندر أن يهتم أحد هذه المراكز بتنظيم دورة أو سلسلة ندوات أو ورش عمل حول القضايا المعاصرة فى منظور الإسلام أو حكم وموقف الإسلام تجاه هذه القضايا .

لذلك نرى ضرورة أن تتبنى إحدى المؤسسات العلمية أو البحثية أو التعليمية فى إطار المؤسسة الدينية تنظيم دورات للثقافة الدينية للإعلاميين . وقد تم بالفعل إعداد مشروع للدورات من قبل لجنة

الإعلام الدينى بالمجلس الأعلى للشئون الإسلامية نــورد فيمــا يلـــى عناصره :

أولاً : المدى الزمنى للدورة :

١ ــ عدد ساعات الدورة ٤٠ ساعة مقسمة على ٢٠ محاضرة مــدة كل منها ساعتان (ساعة لإلقاء المحاضرة وساعة للنقاش) .

٢ ــ تستغرق الدورة ٧ أسابيع على النحو التالى :

ــ عدد الساعات الأسبوعية ٦ ساعات مقســمة علــى ٣ أيــام (السبت ــ الإثنين ــ الأربعاء) .

ــ فى الأسابيع الستة الأولى يتم تقديــم ٣٦ محــاضرة ، وفــى الأسبوع السابع تقدم محاضرتان فى يومين .. وفى اليوم الثالث يقــام حفل التخرج .

ثانياً : الدارسون :

١ ــ هم العاملون فى أجهزة الإعلام التالية :

* الصحف والمجلات القومية والحزبية والخاصة .
* قنوات التليفزيون وشبكات الإذاعة .
* وكالة أنباء الشرق الأوسط والهيئة العامة للاستعلامات .

٢ ــ يكون الدارسون مبدئيا وفى الدورة الأولى مــن العــاملين فــى الأقسام الدينية فى الصحف والإذاعة والتليفزيون . ويفتح الباب فــى الدورات التالية للعاملين فى الأقسام الأخرى .

٣ ــ لا تشترط سن معينة فى المتقدمين للدورات (على الأقل فيما يخص الدورة الأولى التى تعتبر تجريبية) .

٤ ــ لا يقل عدد الدارسين فى الدورة عن ٢٠ دارساً " ولا يزيد عن ٥٠ دارساً فإذا زاد عدد المتقدمين عن ٥٠ دارساً " تجرى قرعة للاختيار ويوضع من لم يفوزوا فى القرعة على قائمة الانتظار لدورة تالية .

٥ ــ يتم الاشتراك فى الدورة عن طريق الجهات التى يعمل بها الدارسون وبترشيح من هذه الجهات ولذلك تتم مخاطبة هذه الجهات ودعوتها لترشيح الدارسين .

٦ ــ تكون المحاضرات من الساعة السابعة إلى الساعة التاسعة مساء أى بعد انتهاء ساعات العمل الرسمية لأغلب المشتركين فى الدورة .

ثالثاً : موضوعات المحاضرات :

١ ــ علم الاتصال وتطبيقاته .
٢ ــ تشكيل الرأى العام فى إطار الدعوة الإسلامية .
٣ ــ مقومات الحضارة الإسلامية .
٤ ــ أخلاقيات العمل الإعلامى .
٥ ــ الإعلام الإسلامى وإشكالياته .
٦ ــ الإسلام والحضارات الأخرى .
٧ ــ العطاء الحضارى للإسلام .

٨ ـ الإسلام والعلم .

٩ ـ نماذج من سماحة الإسلام .

١٠ ـ الإعلام الوافد ورهانات المستقبل .

١١ ـ الأشكال الفنية من منظور إسلامى .

١٢ ـ حرية الرأى والفكر فى الإسلام .

١٣ ـ حقوق الإنسان من منظور إسلامى .

١٤ ـ أساسيات فى الاقتصاد الإسلامى .

١٥ ـ الإعلام والدعوة .

١٦ ـ الإعلام والتنمية .

١٧ ـ الإسلام والقضايا المعاصرة .

١٨ ـ تخطيط السياسات الإعلامية .

١٩ ـ المنظمات الإعلامية الإسلامية والتعاون بينها .

٢٠ ـ الإطار التشريعى للعمل الإعلامى الإسلامى .

وهذه الموضوعات المقترحة قابلة للتعديل بالإضافة أو الحذف .

رابعاً : حوافز المحاضرين :

١ ـ يصرف للمحاضر مبلغ مناسب لقاء المحاضرة .

٢ ـ توجه شهادات تقدير أو خطابات شكر للمحاضرين .

خامساً : حوافز الدارسين :

١ ـ يصرف لكل دارس مكافأة تشـجيعية (تقـابل بـدل انتقـال) ويشترط لذلك نسبة حضور أكثر من ٥٠ بالمائة من المحاضرات .

٢ ـ يلتزم الدارسون بتقديم أبحاث فى موضوعات يختارونها يتراوح عدد صفحاتها بين ١٥ ـ ٢٠ صفحة . وتقدم هذه الأبحـاث خـلال الأسبوع الثالث من الدورة ويتم تحكيمها وإعلان نتائجها فـى حفـل التخرج . وتخصص درجات لمناقشة البحث للوقوف علـى مسـتوى الباحث لكى يكون التقييم موضوعياً وشاملاً ودقيقاً .

٣ ـ تخصص جوائز للأبحاث الفائزة بالمراكز الثلاثة الأولى .

٤ ـ يحصل جميع الدارسين على شهادات تفيـد بحضـور الـدورة وتتضمن الشهادات تقديراتهم فيها وترسل خطابات لجهات عملهم .

سادساً : إدارة الدورة :

١ ـ تشكل لجنة من ثلاثة أعضاء من لجنة الإعلام الدينى بـالمجلس الأعلى للشئون الإسلامية للإشراف على مشروع الدورات .

٢ ـ يخصص مسئول إدارى من المجلس الأعلى للشئون الإسـلامية لتولى الأمور الإدارية والمالية للدورات .

٣ ـ تخصص إحدى قاعات المجلس لاستقبال المحـاضرات ، كمـا تخصص غرفة للإدارة .

سابعاً : مواعيد وترتيبات الدورة :

١ ـ تبدأ الدورة الأولى فى الموعد الذى تحدده أمانة المجلس .

٢ ـ تطلب الأبحاث (المحاضرات) من الأساتذة المحاضرين بحيث يتم استقبالها مكتوبة قبل انعقاد الدورة بشهر .

٣ ـ تقوم إدارة المشروع بطباعة المحاضرات كاملة وتجميعها فـــى حوافظ توزع على الدارسين .

إعداد الإعلاميين المتخصصين في الكتابة الاقتصادية من المنظور الإسلامى

كانت الحرب العالمية الثانية التى وضعت أوزارها فى عام ١٩٤٥م نقطة تحول كبرى فى تاريخ البشرية . فقد أسفرت عن توازنات وصفقات واتفاقات غيرت خارطة العالم . ونتج عنها نشوء كتلتين كبيرتين تختلفان فى نظمهما السياسية والاقتصادية والاجتماعية .

أما الكتلة الأولى فهى الكتلة الغربية بزعامة الولايات المتحدة الأمريكية ، وهى التى تتبع فى المجال السياسى نظام التعددية الحزبية وتداول السلطة من خلال صناديق الانتخابات وتعتمد فى نظامها الاقتصادى الرأسمالية التى تقوم على آلية السوق والعرض والطلب وحرية العمل والمرور تطبيقاً للقاعدة الذهبية (دعه يمر ـ دعه يعمل) .

وأما الكتلة الثانية فهى الكتلة الشرقية التى تزعمها الاتحاد السوفييتى (سابقاً) والتى اعتمدت فى نظامها السياسى على الحزب الواحد والديمقراطية المركزية من خلال الحزب الشيوعى وتنظيماته الهرمية التى تبدأ بالأطفال من سن المدارس الابتدائية حتى آخر

العمر وتعتمد فى المجال الاقتصادى على ملكية الدولة لوسائل الإنتاج وتحكمها فى عوامل التوزيع منطلقة من الفكرة المثالية " **من كل حسب قدرته ولكل حسب حاجته** " .

وكان من الطبيعى أن تصنع كل كتلة الآليات الاقتصادية والعسكرية التى تخدم أغراضها . فعلى مستوى الكتلة الغربية بدأ الاتجاه إلى الوحدة ممثلاً فى عدد من المؤسسات الاقتصادية تبلورت فى الجماعة الاقتصادية الأوروبية التى تطورت على مدى نحو ٤٠سنة لتصبح الاتحاد الأوروبى الذى اتسعت قاعدته لتشمل المزيد من الدول . ومن الناحية العسكرية توحدت جهود أوروبا والولايات المتحدة فى منظمة حلف شمال الأطلنطى (الناتو) . وبالمقابل اندرجت دول الكتلة الشرقية اقتصادياً فى منظمة التعاون الاقتصادى " الكوميكون " كما ترابطت عسكرياً فى إطار منظمة حلف وارسو . وقد انهارت هاتان المنظمتان بانهيار الاتحاد السوفييتى ومن بعده الكتلة الشرقية بأكملها .

وبين هاتين الكتلتين الكبيرتين دارت الحرب الباردة التى استهدفت توزيع مناطق النفوذ بعد أن خلفت الدولتان العظميان (الولايات المتحدة والاتحاد السوفيتى) القوى الاستعمارية التقليدية (بريطانيا – فرنسا – ألمانيا – هولندا – البرتغال .. إلخ) .

فى هذه الظروف كان من الحتمى أن تبحث الدول المتخلفة التى اصطلح فيما بعد على تسميتها بالدول الآخذة بأسباب النمو ثم الدول

النامية عن سبب لتجميع جهودها وحماية مقدرات شعوبها . ففي ذات الوقت الذى بدأت فيه شعوب هذه البلدان تحصل على الاستقلال السياسى كان عليها أن تحقق الاستقلال الاقتصادى ، وأن تجد صيغة لتوحيد الجهود . فكانت صيغة الحياد الإيجابى التى تحولت إلى عدم الانحياز ثم كانت مجموعة الـ ٧٧ ثم فى مراحل تالية كان حوار الشمال والجنوب ، ثم كانت مجموعة الدول الخمس عشرة .

خصوصية الأمة الإسلامية

ومع أن الدول الإسلامية تنتمى إلى ما يسمى بالعالم الثالث فإن الأمة الإسلامية تختلف اختلافاً بيّناً . فإذا كان الغرب صاحب حضارة فإن الأمة الإسلامية صاحبة حضارة ورسالة فى ذات الوقت . فالدين الإسلامى عقيدة وشريعة وأخلاق وآداب . وبذلك فإن الدول المستعمرة حرصت فى المقام الأول على إطفاء جذوة هذا الدين فى قلوب أبنائه . وبالمقابل فإن هذا الدين كان دائماً يمثل عنصر المقاومة الرئيسى الذى يحفظ للأمة قدرتها على الاستمرار فى النضال ضد قوى القهر والغصب . كما أنه أول ما يحرص عليه الشعب لدى الحصول على استقلاله . رأينا هذا فى الجزائر التى استمر الاستعمار الفرنسى فيها ما يقرب من ١٣٠ عاماً واعتبرت

جزءاً من فرنسا عبر المتوسط وظل الإسلام هو ركيزة المقاومة الأولى .

وكان أحد الواجبات الأساسية بعد الاستقلال هو التعريب فى مقابل التغريب الذى استمر عشرات السنين . وبالطبع ارتبط بالتعريب استعادة مقومات الدين الإسلامى الذى عملت قوى الاستعمار على محوه . ورأينا ذلك بصورة أشد ضراوة فى جمهوريات آسيا الوسطى (كازاخستان – تركمانستان – طاجيكستان – أوزباكستان – أذربيجان) وغيرها من الجمهوريات الإسلامية الصغيرة التى كانت تنضوى تحت راية النظام الشيوعى قسراً وجبراً فى إطار الاتحاد السوفييتى الذى انهار فى صورة ليست لها سابقة فى تاريخ البشرية . وعندما اختارت هذه الشعوب حريتها واستقلالها عن الاتحاد السابق اختارت فى ذات الوقت استعادة هويتها الإسلامية وسارعت كل شعوب هذه البلاد إلى بناء المساجد والمدارس الدينية وإنشاء المناهج وإعداد المقررات الدراسية والكوادر اللازمة لنشر الإسلام وإزالة آثار الشيوعية .

وما أوردناه فى السطور السابقة هو إشارة للتميز والخصوصية اللذين تتمتع بهما الأمة الإسلامية . ونضيف إلى ذلك أنه بفضل هذا التميز وتلك الخصوصية اختلف الأمر بالنسبة لهذه الأمة . لأن نصف القرن الأخير شهد صحوة إسلامية تصاعدت تدريجياً وشهدت تراكمات كمية وتغيرات كيفية نتيجة التفاعل والاستفادة بالتجارب

الماضية وتجارب الآخرين . وقد بدأت هذه الصحوة بالكفاح من أجل الحصول على الاستقلال السياسى لكثير من البلاد الإسلامية التى كانت تخضع للاستعمار ، ثم بناء وتنمية القدرات الخاصة ، ثم محاولة استكشاف الهوية والبحث عن الذات ، ثم العمل على تأكيد هذه الذات داخلياً وخارجياً . وأصبحنا نسمع ونقرأ ونتناقش لأول مرة حول الثقافة الإسلامية والحضارة الإسلامية والاقتصاد الإسلامى والإعلام الإسلامى والأدب الإسلامى والتوجيه الإسلامى للعلوم بتخصصاتها ومجالاتها المختلفة . وصارت هناك دراسات وبحوث جادة حول الإعجاز العلمى للقرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة .

فجوة معرفية

وفى كل مجال من المجالات التى أشرنا إليها (الاقتصاد ـ الإعلام ـ الأدب ـ العلوم .. إلخ) تطلب الأمر قدراً هائلاً من الجهد لاستكشاف الأسس وإجراء عمليات التأصيل والانطلاق لاستشراف آفاق المستقبل . وكانت المشكلات الأساسية فى البداية تتمثل فى وجود فجوة علمية :

* فدارسو الاقتصاد والإعلام والأدب والعلوم المختلفة فى الغالب لم تكن لديهم الخلفية الدينية الكافية التى تساعدهم على تأصيل هذه الدراسات والانطلاق بها من منطلقات إسلامية .

* وأساتذة العلوم الشرعية (العقيدة ــ الأديان ــ الأصول ــ الفقه ــ التفسير والحديث ــ وغيرها) لم يكونوا على دراية بالعلوم (الزمنية) تمكنهم من إجراء الربط اللازم والمفيد بين هذه العلوم وعلوم الديـــن . وكأن معرفة الدين شيء ومعرفة العلوم الزمنية شيء آخر مختلـــف ومتعارض .

وكان لابد أن يمضى وقت طويل ويبذل جهد كبير وينفق مـال كثير وتأتى أجيال جديدة قادرة على الجمع والتأليف (تحقيق التآلف) بين العلوم الشرعية والعلوم الزمنية .

والآن صار هناك بفضل هؤلاء الرواد من الباحثين والتنفيذيـين اقتصاد إسلامى له أصوله ومبادئه وممارساته التى تختلـف اختلافـاً جذرياً وطبيعياً عن الاقتصاد الشيوعى الذى انهار فكراً وممارسـة ، وعن الاقتصاد الرأسمالى الذى يعانى من مشكلات هيكلية كانت هـى السبب فى نشوء الفكرة الشيوعية أساساً . ومازال علمـاؤه يبحثـون دون جدوى عن علاج لأمراض الرأسمالية المزمنة .

الإعلام الإسلامى والاقتصادى

والآن صار لدينا إعلام إسلامى يسـتخدم الآليـات والتقنيـات الحديثة فى مجتمعات مختلفة عن المجتمعات التـى اسـتحدثت هـذه

الآليات والتقنيات الحديثة ويحاول دعاته أن يشقوا له خطاً مستقلاً لا يقلد القائم ولا يتصادم معه فى ذات الوقت .

والآن نبحث عن صيغة للقاء بين الاقتصاد الإسلامى والإعلام الإسلامى . وهو لقاء ضرورى لأن كلا النشاطين (الاقتصادى والإعلامى) حيوى لكل مجتمع إسلامى كما هو حيوى لأى مجتمع آخر .

ومع أن عوامل وفرص النجاح أمامهما كبيرة فمازال طريق النمو طويلاً . ومازالت احتياجات التنمية متجددة . وفى ذات الوقت فإن الضغوط التى تتعرض لها المجتمعات الإسلامية حادة وعنيفة ومستمرة سواء أكان ذلك فى المجال الاقتصادى أو المجال الإعلامى وهذا جزء من سعى المجتمعات الغربية للسيطرة على مقدرات الأمة الإسلامية التى تمثل ما يقرب من ربع سكان العالم وتسيطر على قدر هائل من ثرواته الطبيعية ولابد من أن يكون لها مكانها الذى تستحقه فى إطار ما يسمونه النظام العالمى الجديد .

ولابد لنا من أن نعترف بأن العلاقة بين الإعلام الإسلامى — أو الإعلام فى البلاد الإسلامية حتى نكون دقيقين فى التعبير — والاقتصاد الإسلامى ليست هى الصورة المثالية بل ليست الصورة المطلوبة . فهى تتراوح بين :

* الحماس للاقتصاد الإسلامى والتعريف به وهذا لا يحدث إلا فى حالات نادرة وحسب التوجهات العامة .

* رفض فكرة وجود اقتصاد إسلامى أصلاً وبالتالى معاداة الفكـــرة ، إما للجهل أو للارتباط بموقف مذهبى معين معـــاد للإســـلام ومعـــاد بالتالى لكل ما ينسب إلى الإسلام .

* السلبية تجاه الظاهرة (ظاهرة الاقتصاد الإسلامى) . وبعض هذه السلبية قد يكون راجعاً للجهل ، والبعض منها قـــد يكـــون صـــورة للسلبية العامة فى أى مجتمع إسلامى .

ويرجع هذا التباين فى النظرة والموقف إلى عوامل تتعلق ببعض الممارسات الخاصة بمؤسسات تنتســـب إلـــى الاقتصـــاد الإســـلامى وأخرى خاصة بالإعلام .

أما ما يتعلق بالاقتصاد الإسلامى فمنه :

ـــ مشكلات بعض شركات توظيف الأمـــــوال فـــى بعـــض الـــدول الإسلامية وما حدث حولها من تشويش من جانب وضيـــاع لحقـــوق مئات الألوف من المودعين من جانب آخر .

ـــ مشكلات بعض المصارف الإسلامية والصراعـــات داخـــل هـــذه المصارف والشكوك حول سلامة معاملاتها . بل والهجوم عليها مـــن بعض مؤسسيها مما أعطى لأعـــداء ومنـــاهضى التجربـــة ســـلاحاً يحاربون به الظاهرة كلها .

ـــ المواقف الرسمية من المعاملات الإسلامية ومدى تبنى الحكومـــات لهذه المعاملات .

ـ القصور أو التقصير فى التعريف بالأدوار التنموية ومشـــروعات الخدمة العامة التى تنهض بها المؤسسات الاقتصادية التى تعمل علـى أسس إسلامية .

ـ وأحياناً سوء اختيار القنوات التى يتم من خلالـها بـث الرسـائل المراد توصيلها للناس .

وأما الاعتبارات التى تعود إلى الإعلام فمنها :

* نقص الاهتمام بالقضايا الاقتصادية إلا إذا كانت تمثـل مشـكلات حالة وحادة مطروحة على المجتمع .

* نقص الكوادر المتخصصة الدارسة للاقتصـاد والفاهمـة لأبعـاد الاقتصاد الإسلامى بصفة خاصة . فالملتحقون بكليات الاقتصـاد أو التجارة فى الغالب لا يدرسـون الاقتصـاد الإسـلامى ـ إلا قليـلاً واستثناءً ـ فإذا عمل بعضهم فى الصحافة وهم قلة فإنـهم يكونـون ناقصى معرفة بالاقتصاد الإسلامى . وخريجـو كليـات أو أقسـام الإعلام الذين يتجهون للعمل فى مجالات الإعلام المختلفة ـ صحافـة وإذاعة وتليفزيون ـ لا يدرسون مـن الاقتصـاد إلا قليـلاً . ومـا يدرسونه منه لا يؤهلهم للعمل فى مجـال الصحافـة الاقتصاديـة . والذين درسوا فى كليات شرعية ويعملـون فـى أجـهزة الإعـلام لا تكون لديهم خلفية اقتصادية ، والجميع يعانون فى الغالب من نقص فى معرفة اللغات .

* إننا عندما نتحدث عن قطاع من الإعلام محدد هو الصحافة سوف نجد ثلاث شرائح محددة هى :

أ ـ الصحف والمجلات العامة سواء أكانت حكومية أم حزبية أم تجارية أم خاصة .

وهذه اهتمامها بالنواحى الاقتصادية محدود وموجه حسب السياسات الاقتصادية العامة للدولة .

ب ـ الصحف والمجلات المتخصصة فى الدين والقدر المتاح فيها من الدراسات أو المعلومات الخاصة بالاقتصاد محدود .

ج ـ الصحف والمجلات الخاصة والمتخصصة فى الاقتصاد وهذه توجه إلى المتخصصين ومن متخصصين . وقليل منها يعتنى بالاقتصاد الإسلامى . ولا يستثنى من ذلك سوى المطبوعات التى تكون صادرة عن مؤسسات اقتصادية إسلامية أو مؤسسات علمية ومراكز بحث إسلامية .

ونتيجة لهذه الأوضاع كلها فإن القدر المتوافر للإنسان العادى من المعلومات عن الاقتصاد الإسلامى قدر محدد ومحدود ولا يكفى لتكوين ثقافة اقتصادية إسلامية .

بل قد يكون مشوشاً ومشوهاً بحيث يؤدى إلى نتائج سلبية . وإذا كان أحد الأهداف الاستراتيجية للإعلام تكوين الرأى العام والتأثير فيه وتعديل الأنماط السلوكية فإن القدر المتاح من المعلومات عن الاقتصاد الإسلامى لا يكفى لتكوين رأى عام متعاطف مع الاقتصاد

الإسلامى . وحتى الفئة المتعاطفة نجد أن تعاطفها ليس مبنياً على فهم وقناعة عقلية بقدر ما هو تعاطف مع الفكرة الإسلامية . وفى ظنـــى أنه لو أجرى استطلاع رأى بين شـــرائح مختلفـــة مـــن أى مجتمـــع إسلامى عن قضايا الاقتصاد الإسلامى فسوف تكون النتيجة صدمـــة بسبب نقص المعلومات أو تشويهها .

وهذا يفرض أمرين :

الأول : ضرورة إيجاد صيغة للعلاقة بين أجهزة الاقتصاد الإســـلامى وأجهزة الإعلام تضمن تدفق المعلومات ووصول رجع الصدى مـــن ناحية أخرى . وبهذا تصل رسالة الاقتصاد الإسلامى إلـــى أجـــهزة ووسائل الإعلام ومنها إلى قطاعات الجماهير المختلفة . وفـــى ذات الوقت تتلقى أجهزة الاقتصاد الإسلامى ردود الفعل التى تساعدها فـــى بناء سياساتها المستقبلية وتعديل خطواتها وإصلاح أخطائها .

الثانى : ــ وهذا هو المهم ــ النظر فى البدء فـــى تكويـــن وإعـــداد وتدريب الكوادر الإعلامية العاملة فى مجال الصحافـــة الاقتصاديـــة سواء فى الصحـــف العامـــة أو المتخصصـــة ــ فيكـــاد البـــاحثون والممارسون للعمل الإعلامى يجمعون على أن من أهم أوجه القصور نقص الكوادر المؤهلة والمدربة . وفى هذا المجال بالذات نحن نريـــد إعلاميين يمسكون بزمام فنون الإعلام وتتوافر لهم ثقافـــة اقتصاديـــة إسلامية . ومن المهم هنا أن نسترعى النظر إلى أن الإحساس بمشكلة الإعلام الإسلامى قائم منذ فترة ولذلك فقد عقدت المؤتمـــرات علـــى

المستوى الوزارى وصدرت مواثيق الشرف وعقدت الندوات العلمية التى كانت آخرها ندوة وسائل الاتصال الحديثة وأثرها على المجتمعات الإسلامية وقد نظمتها فى القاهرة — فى الفترة من ٥—٧ جمادى الأولى ١٤١٥هـ ، ١٠—١٢ أكتوبر ١٩٩٤م — المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة ورابطة الجامعات الإسلامية والجمعية الوطنية المصرية للتربية والعلوم والثقافة . ودرست الندوة عدة قضايا تتعلق بالإعلام الإسلامى وأصدرت عدة توصيات ما يهمنا منها هنا هو ضرورة نقل الخبرات والتجارب والمعلومات وإعداد المناهج وتدريب الكوادر اللازمة للعمل فى المجال الإعلامى .

كذلك بدأ منذ وقت مبكر الاهتمام بقضايا الاقتصاد الإسلامى . وعقدت سلسلة متصلة من المؤتمرات والندوات بل وأنشئت مراكز بحثية للاقتصاد الإسلامى فى جامعة الملك عبد العزيز بجدة — المملكة العربية السعودية — وجامعة الأزهر بالقاهرة — جمهورية مصر العربية — . وإذا كانت هذه المراكز والمؤتمرات والندوات قد أعدت بالفعل العديد من الدراسات والأبحاث العامة ونجحت فى تأصيل المعاملات الاقتصادية المعاصرة والكشف عن جوانب الجمال والكمال والتميز فى الاقتصاد الإسلامى ومحاولات تقنينه وتبنيده (أى وضعه فى بنود محددة) فإن ذلك لم يصل للجمهور العام ، بل وربما الجمهور المتخصص المعنى بهذه القضايا على نحو عام .

وإذا كان الحوار بين الخبراء والتنفيذيين الاقتصـــاديين وكبـــار خبراء الإعلام والكتّاب مفيداً فى تحقيق قدر مـــتزايد مـــن التفـــاهم والتفاعل فإن ذلك يجب أن يكون مرحلياً وأن يكون الـــهدف الأبعـــد ــ مع استمرار اللقاءات على هذا المستوى ــ هـــو الوصـــول إلـــى القاعدة العريضة من العاملين فى الصحافة الاقتصاديـــة ســـواء فـــى الصحف المتخصصة أو العامة ــ وذات الشيء ينطبق على وســـائل الإعلام الأخرى .

وقد يكون من السهل طرح عدد من التوصيات بإجراء تعديـــلات فى المناهج فى بعض الكليات والمعاهد العليا بحيث نضمن لخريجيـــها الحصول على قدر ما من الثقافة الاقتصادية الإسلامية . أو اقـــتراح إدخال مناهج الاقتصاد الإسلامى فى كليـــات التجـــارة فـــى الـــدول الإسلامية أو إنشاء معاهد متخصصة . ولكن من الـــذى يضمـــن أن خريجى هذه الكليات والمعاهد سوف يعملون بالضرورة فى أجـــهزة الإعلام المختلفة وفى أقسام الاقتصاد بها .

برنامج عملى

الحل البديل إذن والأنسب ــ من وجهة نظرنا ــ هو إضافة لكل ذلك التعامل مع الواقع والعمل على تعديله تدريجيـــاً وفـــى المـــدى الطويل من خـــلال دورات تدريبيـــة دوريـــة مكثفـــة لأعـــداد مـــن المحررين الاقتصاديين على المستويات المختلفة .

أ ــ مستوى الكتّاب ورؤساء الأقسام وتتخذ شكل حلقات نقاشية حول موضوعات محددة .

ب ــ مستوى المحررين العاديين والجدد وتتخذ شكل الدورات التدريبية المكثفة التى تستغرق الندوة بين أسبوع وأسبوعين ، ويوضع لها برنامج للمحاضرات وحلقات للمناقشة حول العديد من القضايا الاقتصادية بدءاً من التعريف بالاقتصاد الإسلامى مروراً بموقف الإسلام من المشكلة الاقتصادية ومعالجة الإسلام للفقر .. إلخ .

ومن الممكن وضع برنامج تفصيلى لمثل هذه الندوات من خلال مجموعة عمل مشتركة تضم نخبة من الاقتصاديين والإعلاميين .

وكأفكار أولية لضمان نجاح هذه الدورات التدريبية :

١ ــ يستحسن أن تضم الدورات إلى جانب الدراسات النظرية إضافة مهارات جديدة مثل دورات لغة تنشيطية أو دورات كمبيوتر سريعة .

٢ ــ لا يكون للدورات رسوم حضور بل يفضل أن يكون ثمة حافز لحضور هذه الدورات .

٣ ــ ثمة جهات عدة يمكن الاعتماد عليها فى تمويل مثل هذه الدورات مثل البنك الإسلامى للتنمية ــ رابطة العالم الإسلامى ــ مجموعة دلة البركة ــ بنك دبى الإسلامى ــ بنك فيصل الإسلامى ــ والاتحاد الدولى للبنوك الإسلامية ، وجهات أخرى يمكن أن تنهض بالجانب العلمى مثل مركز الاقتصاد بكلية الاقتصاد والإدارة

بجامعة الملك عبد العزيز فى جدة ومركز صالح كـــامل للاقتصـــاد الإسلامى بجامعة الأزهر بالقاهرة وغيرهما .

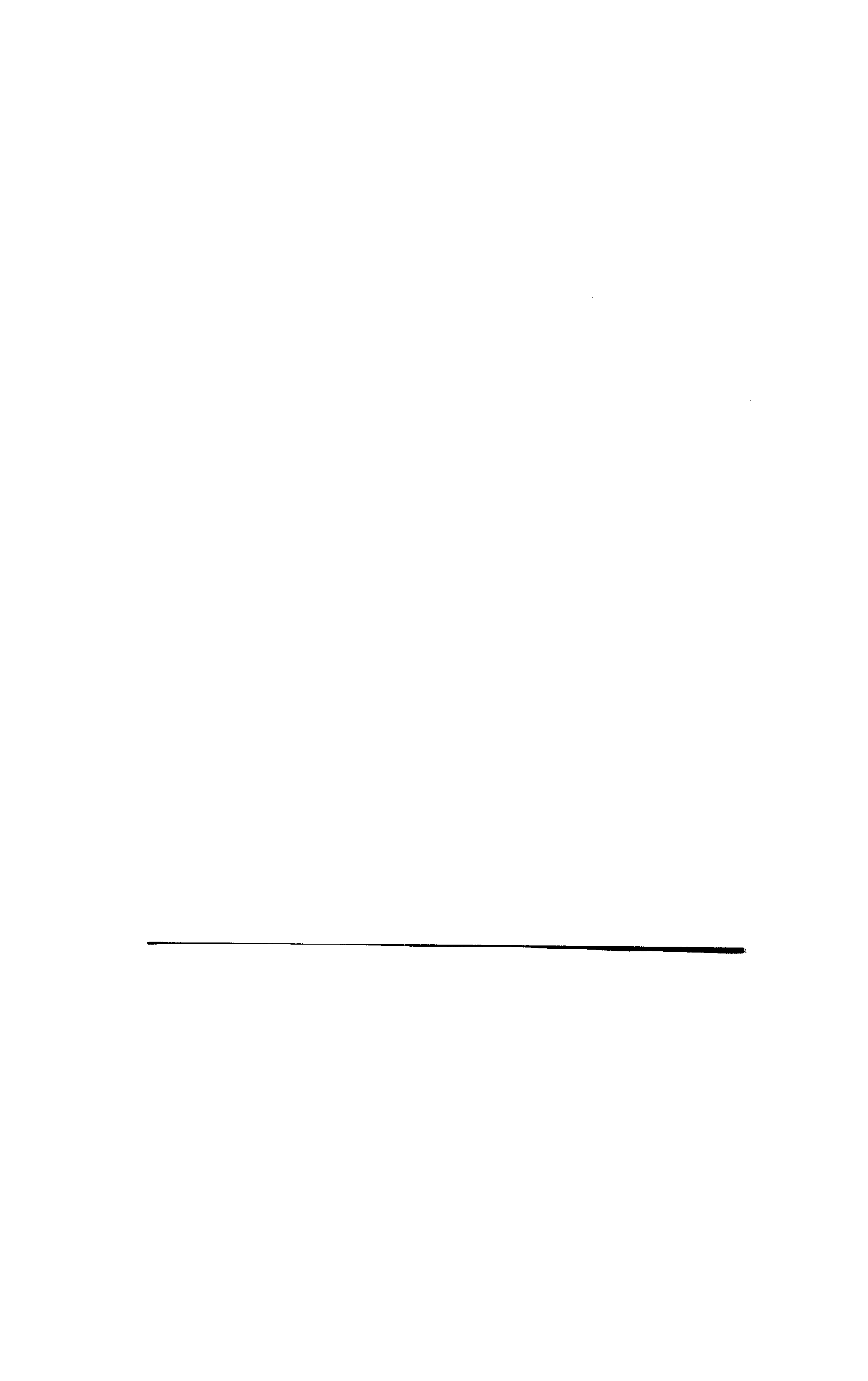
٤ ــ يفضل أن تكون الدراسات باللغتين العربية والإنجليزية حتى يتـم اجتذاب أعداد من أبناء الدول الإسلامية غير العربية . وقـــد يمكــن الاتفاق مع إحدى هذه الدول (مثل ماليزيا أو أندونيسيا) لاســتضافة بعض هذه الندوات .

٥ ــ فى حالة الموافقة على مثل هذا المشروع يمكن من خلال لجنــة خاصة ترجمة الأفكار المطروحة إلى خطة عمل .

٦ ــ فى جميع الحالات يجب أن يبقى الاتصال قائماً بيـــن الجـــهات العلمية المنظمة لهذه الدورات وخريجيها وتزويدهم بكل ما يستجد من معلومات .

٧ ــ قد يكون من المهم أن تهتم جهة ما بوضع برنامج لنشر كتيبـات ودراسات موجزة حول القضايا الاقتصادية المختلفـــة مـــن منظـــور إسلامى ويتم توزيعها على نطاق واسع فى قطاع الإعـــلام لتوســـيع قاعدة الاهتمام والاستفادة بهذه المعلومات .

محتويات الكتاب



طبع بمطبعة وزارة الأوقاف